



SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF JAPAN

SCAJニュースレター

SCAJニュースレターVol.80 2025年2月3日 発行
一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会 発行
編集発行人: 広報委員会 委員長 永田 卓
info@scaj.org

2025 2 NL 80

News Letter

SCAJニュースレター

vol.
80





NewsLetter

SCAJニュースレター
vol.80

Contents [目次]

- 1・目次
- 2・会長挨拶 2025 年新年のご挨拶
- 3-4・SCAJ2024 総括
- 5-6・ジャパン サイフオニスト チャンピオンシップ 2024 (JSC2024) 結果報告
- 7-8・ワールド サイフオニスト チャンピオンシップ 2024 (WSC2024) 結果報告
- 9-17・ローストマスタース チーム セッション 2024 (RMTS2024) を終えて
- 18-19・ジャパン ハンドドリッップ チャンピオンシップ 2024 (JHC2024) 結果報告
- 20・その他競技会結果報告
- 21-25・大会ハイライト
- 26-27・特別講演
- 28-30・第10回利き珈琲選手権
- 31-32・ニカラグア産コーヒーの原産地区分について
- 33-36・CVAの新情報
- 37-38・テイスト・オブ・ハーベスト・ブラジル
- 39-40・コロンビアコーヒー最新情報：コロンビアコーヒー産地からの変革、付加価値、そしてサステイナビリティへの歩みについて
- 41-43・Uminomukou Coffee Seminar ~ Our project in Laos ~
・Co-NECT Meet-up
- 44-46・IWCA 朝食会
- 47-48・タンザニア・コーヒーセミナー&カップングセッション
- 49-50・カップングセミナー：コロンビア産スペシャルティコーヒーの公開カップングセミナー
- 51-52・Costa Rica Specialty Coffees Report on Sustainability and Tasting of the best Boutique lots 23.24
- 53-54・台湾スペシャルティコーヒー100年の歩みと今後の展望
- 55-56・コーヒーの世界需給概況とスペシャルティコーヒーのこれから
- 57-60・中国 / プーアルコーヒーの現状
- 61-62・Guatemalan Coffees -Fine Robusta
- 63-68・サステナビリティと品質の追求 ~高品質なコーヒーの調達危機への対応~
- 69-70・コーヒー&サイエンス
- 71-75・コーヒー焙煎豆の鮮度に関する研究報告
- 76・プースアワード
- 77-78・ウェルカムパーティー
- 79-80・Coffee Village
- 81・会場の様子
- 82・編集後記



SCAJ会長挨拶 2025年新年のご挨拶

謹んで新年のお慶びを申し上げます。

2025年の幕開けにあたり、私たちは新たなテーマ「Belonging Together in Coffee」を掲げ、スペシャルティコーヒーの未来に向けてさらなる一歩を踏み出します。このテーマには、「コーヒーを通じて全ての人がつながり、共に歩んでいける場を創りたい」という願いが込められています。

本年の干支である「乙巳(きのとみ)」は、成長と変革の象徴です。「乙」は若木がしなやかに伸びる姿を、「巳」は変化と再生を表しています。これらの象徴が示すように、コーヒー生産地では、多様な風味を持つコーヒーが次々と生み出され、新しい取り組みによってさらなるおいしさへの挑戦が続けられています。また、焙煎や抽出においても、プロフェッショナルたちが情熱を込め、コーヒーの素晴らしさを提供し続けています。

今年は、業界全体が一丸となり、新しい時代に向けて成長し、変化に対応しながら進化していく重要な年となるでしょう。

SCAJとしても、コーヒーを愛する全ての方に「居心地の良い場所」をお届けするため、一人ひとりが自分らしくいられる空間づくりを大切にしていきたいと思います。コーヒーの香りと共に、多様な人々が集い、日常の中でホッと一息つける時間を共有できるコミュニティを築き上げていきたいと考えております。

最後になりますが、皆さまのご健康とご多幸を心よりお祈り申し上げ、2025年が素晴らしい年となりますよう願っております。

本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会
会長 加藤 慶人

SCAJ2024 総括



10月9日(水)から12日(土)までの4日間、今年も東京ビッグサイトの西展示棟3・4ホールと南展示棟3ホールを使って、「SCAJ ワールド スペシャルティコーヒー カンファレンス アンド エキシビション 2024」が開催されました。

昨 years が協会設立20周年のメモリアルイヤーだったことを受け、今年のテーマは“Let's go full throttle into a new decade”(新たな10年、エンジン全開で行こう!)。開場に先立って行われたオープニングセレモニーでは、今年度より新たに会長となった加藤 慶人氏によるご挨拶がありました。加藤会長は「今年も皆さまのおかげで約400社、600コマ、35カ国におよぶご参加をいただき、過去最大級のイベントとなった。生産国をはじめとするさまざまな企業や団体によるブース出展やセミナー、Coffee Village、各種競技会など、見どころは盛りだくさん。このイベントによって、コーヒーに関わる皆さんに多くの出会いや交流が生まれることを祈念している」と、イベント参加への感謝と参加者たちにとって有意義な時間となることを願い、「それではお時間の許す限り、スペシャルティコーヒーの素晴らしさと楽しさを、ぜひご体験ください」と結びました。

さらに今年は、後援の東京都より小池 百合子都知事によるビデオメッセージも流されました。小池都知事はまず世界各国から来られた方々を歓迎し、「ハンドドリップで提供する伝統的な喫茶店をはじめ、さまざまなコーヒーショップが集まるこの展示会は、スペシャルティコーヒー業界のさらなる発展に寄与することでしょう」と業界発展への期待を述べました。また、“sustainable High City-Tech. Tokyo”(SusHi Tech. Tokyo)を旗印



とした、「アイデアや先端テクノロジーを駆使して、持続可能な新しい価値の創造に挑む施策」についても説明がありました。最後には海外の方向けに、東京都が持つ都市としてのユニークさ、文化の魅力をアピール。そして展示会の成功を祈念してビデオレターは終わりました。

初日をはじめ、展示会開場前のゲートには今年も朝早くから多くの来場者が集まっていました。列の先頭にいた方々にお話をうかがうと、「競技会に出る選手の家族/同僚として応援に来た」「仙台から来た。地元のカフェも出展しているらしいので、覗きに行きたい(学生)」「たくさんのロースター、企業が出展しているので楽しみ。お目当てのショップのブースへ行って、バリスタの方にもお会いしたい(開業予定)」「あまり市場に出回らないような、珍しい生産国の豆を試してみたい。業界のトレンドもチェックしたい(一般)」「まずはお目当てのブースへ行って、新型のグラインダーを見たい(一般)」など、その目的は多種多様でした。そして開場すると、目的こそさまざまですが、一様に熱を持った来場者たちで会場は大盛況。国内外の有名バリスタが抽出を始めると人だかりができていたブースがあったほか、今年はとりわけ個性あふれるブースも多く見えたため、見ていだけでもワクワクするような景観が広がっていました。

南展示棟3ホールで展開されたCoffee Villageにも全国、そして世界から多数のロースター、カフェが出展。展示会限定のオリジナルセットを販売している所や、地元を背負って出展している所等、こちらもメイン会場に負けず劣らず個性的なブースが並んでいました。土曜日はもちろん、平日の会期中も「メイン会場より先にVillageへ行って、お目当ての豆を買いに行きたい」という一般来場者の姿が見られ、to CメインのCoffee Villageの意義を改めて感じられました。

今年の傾向としては、メイン会場、Coffee Villageともに、「各社・各店舗自慢の豆に加え、デカフェも販売」「デカフェ、カフェインレスの豆のみで出展」というブースが去年までより増えていた印象です。出展者の方にお話をうかがうと、「妊娠中や体質の問題で購入する方もいるが、寝る前にもコーヒーを飲みたい方、カフェインの摂りすぎに注意している方等が買っていく」とのことです。「デカフェ商品を初めてこの場に持ってきたが、思ったよりも売れ行きが良く驚いている」という声も聞かれました。「コーヒー好きゆえの選択」として、デカフェ需要は今後も増えていくのかもしれない。

来場者の属性としては、「開業予定」を含む業界の方が多く見えたのはもちろん、例年にも増して「一般」「学生」のネームプレートを下げた方が多かった印象です。会期中は

SNSも盛り上がり、「生の〇〇バリスタ/〇〇社長に会えて感激!」「行列ができているブースに並んだが、並んでも飲む価値があるコーヒーだった」「いろいろなエスプレッソマシンを試せたので、次に導入する機械の候補を絞り込めた」といった、喜びや感動の声が満ちあふれていました。

毎年盛り上がりを見せる競技会は、今年も各大会で白熱した戦いが繰り広げられていました。業界の方のみならず、コーヒーファンからの注目度も高い競技会の中には、観覧スペースから人があふれかえっているものも。ステージ上では、何度もチャレンジして、ようやく優勝できた方、2度目となる世界大会への切符をつかみ取り、リベンジを誓う方など、さまざまな熱いドラマが生まれ、場内を興奮と感動で包み込んでいました。

カップリングとともに生産国の現状を伝えるものや、業界の最新情報がわかるものを中心に、セミナーも多数開催。特に今年は、台湾や中国といったアジア圏の生産国によるセミナーが見えたのも特徴的でした。人気のセミナーでは満席どころか立ち見が出るものもあり、コーヒーや生産国等に対する来場者の関心の高さを強く感じられました。

各種イベントやブースが連日にぎわい、大盛況のうちに幕を閉じたSCAJ2024。4日間での西・南の合計来場者数は、前年を6,000人ほど上回る75,217名を記録しました。来場者数だけ見ても昨 years を超える盛り上がりが見えたSCAJですが、このペースで来場者数が増えていけば、協会が30周年を迎えるころには10万人超えも夢ではないような気がします。結果として、21年目を迎えた協会にとって「新たな10年に向けて、エンジン全開で走り出せた」と言える4日間だったのではないのでしょうか。

広報委員会
若岡 桃子

10月10日 (木) 10:00~17:00

ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2024 (JSC2024) 結果報告



ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ(JSC) 2024の決勝大会が、10月10日(木) SCAJ展示会(東京ビッグサイト)内ステージAにて開催されました。今決勝大会においては、7月12日(金)~14日(日)にJ.C.ビルディングで開催されたJSC予選大会を好成績で勝ち抜かれた、酒田 ちえみサイフォニスト、中村 優花サイフォニスト、松嶋 由美子サイフォニスト、塚本 真梨菜サイフォニスト、山中 達也サイフォニスト、佐藤 希恵サイフォニストの6名により、熱い戦いが繰り広げられました。

JSCでは一昨年の予選ルール&レギュレーションの大幅変更以来、順調に参加者が増加しており、今大会においても、ほぼ定員に近い45名の方にエントリーいただきました。ルール&レギュレーションの変更は、しっかり根付いてきていると思います。

決勝大会のルールについては、世界大会のルールに準じ、自身で決めたテーマに沿ってプレゼンを行い、JSC/WSCの特色である、単一コーヒーでなくブレンドされたコーヒーとオリジナルドリンクであるシグニチャービバレッジで表現します。

この素晴らしい戦いの中、見事優勝を勝ち取ったのは酒田サイフォニストでした。酒田サイフォニストは株式会社

和珈屋にお勤めされており、過去JSC競技会にも出場されておりましたが、22年第3位、23年準優勝と、今一步優勝には手が届きませんでした。そんな経験と悔しさを積み重ね、今回優勝という素晴らしい結果につながったのではないかと思います。おめでとうございます。

優勝した酒田サイフォニストには、ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ(WSC)に日本代表として出場していただきます。現在JSC日本代表には、前回優勝の塚本サイフォニストと今回優勝の酒田サイフォニストの2名がいらっしゃいますが、両名には来年開催のWSC2025に日本代表として参加いただきます。ご活躍を期待しております。



最後に、このサイフォンの競技会は参加者が少なく試行錯誤を繰り返してきましたが、競技者ならびに審査員の方々に数多くご参加いただき、ルール&レギュレーションの変更が定着した結果、サイフォン競技の裾野が広がっていると感じます。今後も引き続きJSCをより良く発展させていきたいと思っています。

今大会に関わっていただいたスポンサー各社様・競技者・ジャッジ・ボランティアの方々、運営関係者の方々、ご協力いただきありがとうございました、この場をお借りしてお礼申し上げます。

コーヒープリューワーズ委員会
宇野 裕



▲酒田 ちえみさん



▲中村 優花さん



▲松嶋 由美子さん

【ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2024 (JSC2024) 決勝結果】

順位	氏名	会社名	店舗名	所在地
優勝	酒田 ちえみ	株式会社 和珈屋	珈琲豆専門店 和珈屋	福井県
2位	中村 優花	株式会社 田中屋	ZelkovaCoffee	福岡県
3位	松嶋 由美子	株式会社サンマルクホールディングス 倉式珈琲事業部	イオンタウン周南久米店	山口県
4位	塚本 真梨菜	東和フードサービス株式会社	椿屋珈琲グループ	東京都
5位	山中 達也	東和フードサービス株式会社	椿屋珈琲銀座本館	東京都
6位	佐藤 希恵	テラコーヒー株式会社	妙蓮寺店	神奈川県

10月11日 (金) 10:00~16:00

ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ 2024 (WSC2024) 結果報告



2024年10月、SCAJ展示会のステージでWSC (ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ) が開催されました。今年は昨年の6カ国から参加国が減少し、3カ国のみでの大会となりました。その主な理由として、1つは香港のコーヒー協会の窓口変更により、国内大会が間に合わなかったこと。2つ目に、初参加を目指していたイランについて、一昨年からWSC事務局と打ち合わせを重ね、昨年には来日して競技会運営やジャッジの勉強を行い、今年7月には国内大会を初開催し代表選手を決定していましたが、残念ながらビザの関係で来日が叶わなかったことが挙げられます。

しかし、参加した台湾、日本、中国の代表による競技は非常にレベルが高く、見応えのある大会となりました。競技では、サイフォンコーヒーの抽出技術とプレゼンテーション、さらにブレンドコーヒーやシグネチャービバレッジの味が競われました。競技者たちは技術力だけでなく、サイ

フォンコーヒーの可能性や魅力を意識し、情熱を込めてプレゼンテーションを行っていました。

日本代表の近藤サイフォニストは「オイル」をテーマに新しいプレスも加えた抽出方法を提案し、サイフォンの可能性を広げる内容を披露。サイフォンへの情熱が伝わる競技内容でした。中国代表のPengサイフォニストは、コーヒー農家からロースターへのプロフェッショナルかつ温かみのあるリレーションシップを強調し、接客評判そのままにホスピタリティを感じさせる競技を行いました。台湾代表のShinサイフォニストは、パナマ農園訪問の体験を審査員に追体験させる内容で、ロートの中に入れる独自開発の陶器製フィルターを用いた新しい試みを見せていました。その中で優勝に輝いたのは、台湾代表のShinサイフォニストです。各競技者が披露した抽出技術やプレゼンテーション、創造力、情熱は審査員から高く評価されました。



▲台湾代表 Chang Wei-Shinさん



▲日本代表 近藤 寛之さん



▲中国代表 Nan Pengさん

また、本大会は2009年のWSC初開催以来、このイベントに関わり続けたWSCジャッジ特別アドバイザーのJake Hu氏が、後任のYu-Jung Huang (Chris) 氏に職務を引き継ぐ大会でもありました。Jake氏はサイフォンコーヒーの魅力を世界中に広めた立役者として、競技者たちの創造性と情熱を称賛し、サイフォンコーヒーの未来は明るいと感ぜさせる総評を述べました。彼の言葉は、サイフォンコーヒーコミュニティの成長と発展をさらに促進するものであり、観客や関係者に深い印象を残しました。

セレモニーではJake氏への感謝の気持ちを込め、彼の功績を讃えるトロフィーと花束が贈呈されました。Jake氏はこれを受けてChris氏への引き継ぎを正式に宣言し、WSCジャッジマネジメントを託しました。

最後に、今回の大会は参加競技者が少なく、招致活動の課題が残るものの、サイフォンコーヒーの素晴らしさを再確認する大会となりました。競技者、ジャッジ、関係者全員がサイフォンコーヒーの魅力を世界に広めるという大きな使命を再認識する貴重な機会となったと思います。競技の様子はYouTubeで視聴可能ですので、ぜひご覧ください。本大会に関わっていただいた全ての方々に、この場を借りて感謝申し上げます。

WSC事務局
事務局長 倉永 純一

★競技会の様子はこちらから
<https://www.youtube.com/watch?v=Q5o3icQ08ME>



【ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ 2024 (WSC2024) 決勝結果】

順位	氏名	国
優勝	Chang Wei-Shin	台湾
2位	近藤 寛之	日本
3位	Nan Peng	中国

10月10日 (木) 13:00~16:00

ローストマスターズ チーム セッション 2024 (RMTS2024) を終えて



今年で17回を迎えるローストマスターズ委員会主催の本イベントは、「ロースター相互の意見交換や横のつながりを促すことによるスペシャルティコーヒーのロースティングテクノロジーの構築」を主たる目的としたエキシビジョンマッチです。その内容としては、全国の地区ごとに分けられたチーム内で焙煎およびカップリングによる検証を行い、個人では成しえないほどに焙煎を掘り下げ、ロースティングテクノロジーの構築につなげるというもの。各チームが磨き上げた焙煎豆をイベント内でプレゼンテーションしてもらい、ご来場者の皆さまにも飲み比べしていただきます。そして「同じ豆でも焙煎によってここまで違うものになる」ということを実感していただき、スペシャルティコーヒーには欠かせない焙煎という工程をより知っていただくイベントとなっています。

歴史ある本イベントですが、去年までのローストマスターズチーム チャレンジ(RMTC)に代わり、今年よりローストマスターズ チーム セッション(RMTS)へとイベント名称を変更しました。変更の意図としては、本イベントの趣旨である「焙煎テクノロジーの向上」と「焙煎人同士の横のつながり」によりフォーカスしたいと考えたためです。そのため、例年行っていたオーディエンス大賞、審査員特別賞などの賞レース要素を一切取りやめ、参加者も本当に焙煎で悩んでいる方やもっと上手になりたい方にのみ限定。当初は参加人数に不安があり「大丈夫かな」と思っていたのですが、結果として全国より32名の方にご応募いただき、8チームの

編成ができたため、イベントとして成り立つことに運営側で安堵しました。

そんな今年の焙煎テーマは『Balanceの良いコーヒーの追求』でした。バランスの良いコーヒーとは何か？ 酸味・苦味・甘味（・まれに塩味）の味のバランスだけでなく、口当たりや後味とのバランスなどもあるため、追求すればするほど奥が深いものです。カップリングフォームでもバランス（ハーモニー・均衡性）の評価項目があるため、バランスはスペシャルティコーヒーを知る上で欠かせない要素。一般的に見ても、おいしくて毎日飲みたいコーヒー＝バランスが良いコーヒーになっていると感じます。だからこそ、イベントの名称・内容を変更してから初回となる今回は、フレーバーなど目立つ部分を前面に押し出す焙煎のセッションではなく、あえてこのテーマにしました。



「バランス」をテーマにした課題となる生豆は、ケニア Gachatha AA。ケニアは、言わずもがなスペシャルティコーヒーを語る上では外せない産地です。浅煎り～中煎りだとベリー系や柑橘系の爽やかな酸味とフレッシュでジューシーな口当たりがあり、深煎りになるに従ってコクなどが顔を出しますが、標高が十分に高いため焦げのリスクが低く、味わいの幅も広い産地となっています。「この課題豆の持つポテンシャルを理解し、バランスとどう向き合い仕上げるか」ということは、普段の我々ロースターの商品づくり、味づくりの部分の仕事としても重要事項です。昨今はさまざまなメディアを通じて焙煎プロファイルやメソッドが公開されてはいるものの、実際には焙煎機の設置環境や吸排気的环境、あるいは湿度、気温、気圧等の刻々と日々変化する環境で大きくアプローチを変化させることを含めて適正な焙煎と言えます。従って、他所の焙煎プロファイルを自らの焙煎プロファイルにそのまま落とし込むことは困難です。参加者には、チームごとに各人が持っている焙煎機で焙煎とカップリングによるトライ&エラーを繰り返し、焙煎機の特性、火の入り方などといった焙煎の見識を広めていってもらえれば、委員会としてはうれしい限りです。

今回の課題豆【ケニア Gachatha(ガチャタ) AA】
地域：ニエリ地区
生産者：ガチャタファクトリー
標高：1,800m～2,100m
品種：SL11、SL-28、バティアン
生産処理：ウォッシュト

今回の課題豆をご用意いただきましたワタル株式会社の藤本 健太様にはイベント中にご登壇いただき、魅力を存分にご説明いただきました。藤本様、誠にありがとうございました。

そして本イベントを盛り上げるために、特別ゲストを3名ご招待しました。ゲストとしてお迎えしたのは、株式会社 QAHWAの井崎 英典様、MAMEの深堀 絵美様、株式会社 ガーデンパール&コーヒー ジャパン心斎橋焙煎所の



天満 一行様。3名ともバリスタ、ブリューワーズ、ロースティングの各競技会で優勝経験があり、コーヒーのことを熟知した方々です。特別ゲストの3名には、各チームのケニアコーヒーを飲んでいただき感想をもらうだけでなく、各チームのプレゼンと焙煎プロファイルから、さらに突っ込んだ質問や意見などが飛び交う場面があったり、参加者とゲストのトークセッションもあったりと、見応えたっぷりの時間となりました。ご来場いただいた方々も少なからず焙煎に興味がある方が多いため、非常に有意義なセッションタイムになったと思います。3名の特別ゲストに改めて感謝いたします。

イベント後半では、ご来場者の方に全チームのコーヒーを飲み比べていただくだけでなく、RMTS参加者への質問や感想を述べる時間も設けました。前出の通り、ケニアコーヒーは焙煎によってさまざまな顔を出すので、8チームそれぞれ違ったコーヒーになります。だからこそ飲み比べによって違いがもっと鮮明になるため、ご来場者の皆さまを楽しませていました。参加者への質問セッションタイムでも「自身が一番おいしいと思ったコーヒーについて」、「どのような焙煎アプローチで仕上げたか」など、少しマニアックな話も交えつつ、消費者目線の意見が聞けたことは作り手側としても非常に参考になりました。

例年と違い、賞がないため結果発表などの時間もなく、その分参加者の焙煎過程の掘り下げや、ご来場者との意見交換など、例年とは違った試みを実施しました。十分うまくいったと思う反面、「やっぱり賞があった方が盛り上がる」というお声もいただいております。来年以降、また案を練り満足いくイベントにしていきたいと思います。

先述の通り、ローストマスターズ委員会としては、賞レース要素を一切取り除いたことによる参加者不足を懸念していましたが、蓋を開けてみれば十分な人数にご応募いただきました。また、生豆やグラインダーをご提供いただくなどさまざまな助けを得てイベントを実施できたこと、大変感謝しております。参加者は「焙煎歴が5年未満」という若手ロースターが中心でしたが、「精力的に焙煎の腕を上げたい」という熱意をひしひしと感じました。そういった想いを少しでも支えていけるように、委員会として有意義な取り組みを今後も実施していきます。また、本イベントの来場者＝消費者であることももっと強く認識し、消費者あつての我々ということを忘れずに、ただのロースターのエゴで終わらせないよう、それこそバランスのとれたイベントにしていくことがさらなる業界の発展につながると胸に刻んで、本イベントのレポートとさせていただきます。

ローストマスターズ委員会 RMTS運営担当
弓削田 貴司

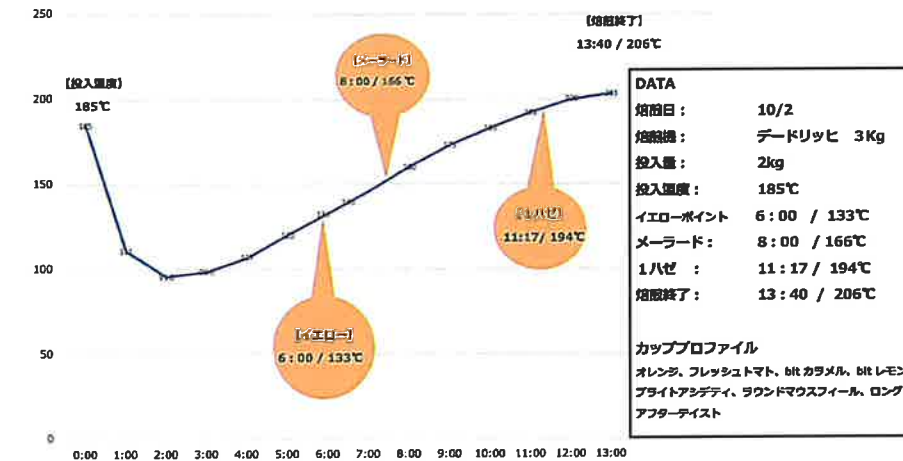
関東Aチーム

[プレゼンテーション]

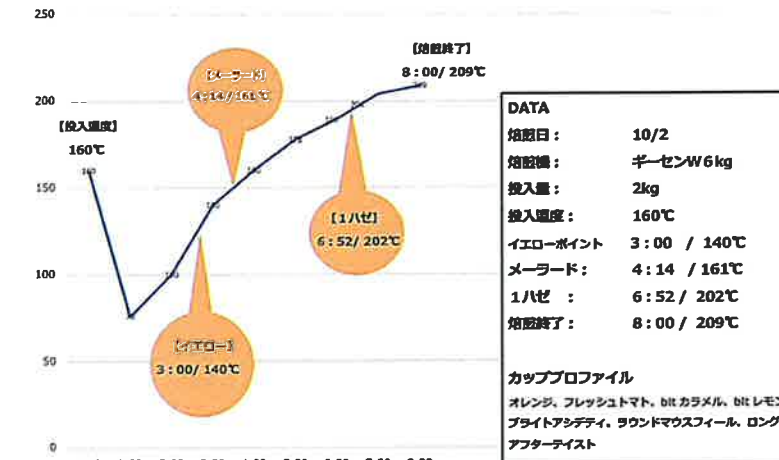
1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	私たちが考えるバランスのいいコーヒーの定義は香り、フレーバー、アシディ、ボディ、甘さ、マウスフィールが相対的に協調性を持ち心地よさを感じるコーヒー。印象に残るキャラクターもあるがドリンクャブルに飲みやすさも必要と考えます。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカッピングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	フルーティーなケニアらしい特徴もありましたが、ベースとしてアシディティとボディのバランスが豊かなコーヒーに感じました。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	ベースとしてバランスのいいケニアに感じました。このコーヒーの良さを香り、フレーバー、アシディ、ボディ、甘さ、マウスフィール、すべて引き出しながら協調性を持たせる味づくりを目指しチャレンジしました。苦労したポイントは焙煎機のタイプです。私たちのチームではプロダクション焙煎機としてディードリッヒ、ローリング、ギーセンと機構の異なる焙煎機を所有しています。それぞれ焙煎の仕上がりが異なり、カップキャラクターの異なる味わいになってしまいます。焙煎後には焙煎機のキャラクターが出た尖ったコーヒーになっていました。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	そこで、私たちは各焙煎機のキャラクターを活かし焙煎したコーヒーをアフターミックスし豊かなバランスコーヒーを目指す味づくりにチャレンジしました。 まず半熱風の焙煎機でダイレクション・レディエーションの熱主体になるディードリッヒはボディと甘さを強調するのに向いています。また深煎りのケニアで感じる香ばしさを浅めの焙煎でも引き出せる魅力があります。ボディ感を出すためにメイラードのフェーズを引っ張り酸を抑えながら甘さも共に引き出しました。 次にローリングはコンベクション主体となり他の焙煎機にはないフレーバーの豊かさやアシディのインテンスを高めてくれます。1stCrackまでのRORを高くしアシディとフレーバー主体のプロファイルに仕上げました。そのため、ローリングはボディ感はとてもライトなコーヒーに仕上がりました。 最後にギーセンはダイレクション・コンベクション・レディエーションそれぞれバランスよく焼けるとともに、焙煎豆の内外差を出せるためフレーバーのコンプレックスを出しアフターをロングにしたり、マウスフィールの質感に厚みをもたらせるのに向いています。ギーセンではコンプレックスな印象を引き出すためメイラードのポイントからカロリーを落とし、蓄熱で焙煎するようにし内外差のカラーが出るように焙煎しました。 同じコーヒー豆を各焙煎機の良さが出るプロファイルで焙煎。アフターミックス時の味がなじみやすいように、煎り上げの温度を205～210のレンジ内で焙煎、デベロップのレンジも近くしました。それでもプロファイルの違いによりカラーの進行具合は異なります。ディードリッヒ豆 61.5/ 粉 62.1、ローリング豆 74.1/ 粉 76.2、ギーセン豆 75.8/ 粉 80.4。これらのコーヒー豆をカッピングテーマに沿ったコーヒーを目指しブレンドを作成し、ディードリッヒ 3 ローリング 3 ギーセン 4 に着地しました。Blend 豆 68.4/ 粉 72.9。フレーバーコメントはオレンジ、フレッシュトマト、レモン、bit カラメル、ブライトアシディティ、ラウンドマウスフィール、ロングアフターテイストです。

[焙煎プロファイル]

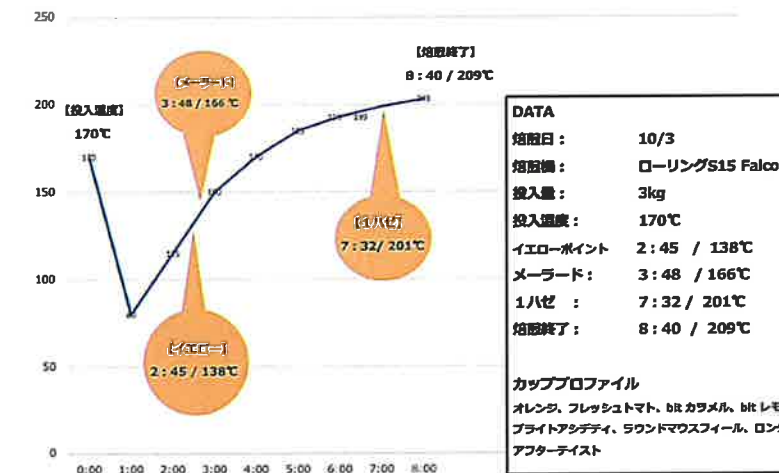
【 ディードリッヒ 】



【 ギーセン 】



【 ローリング 】

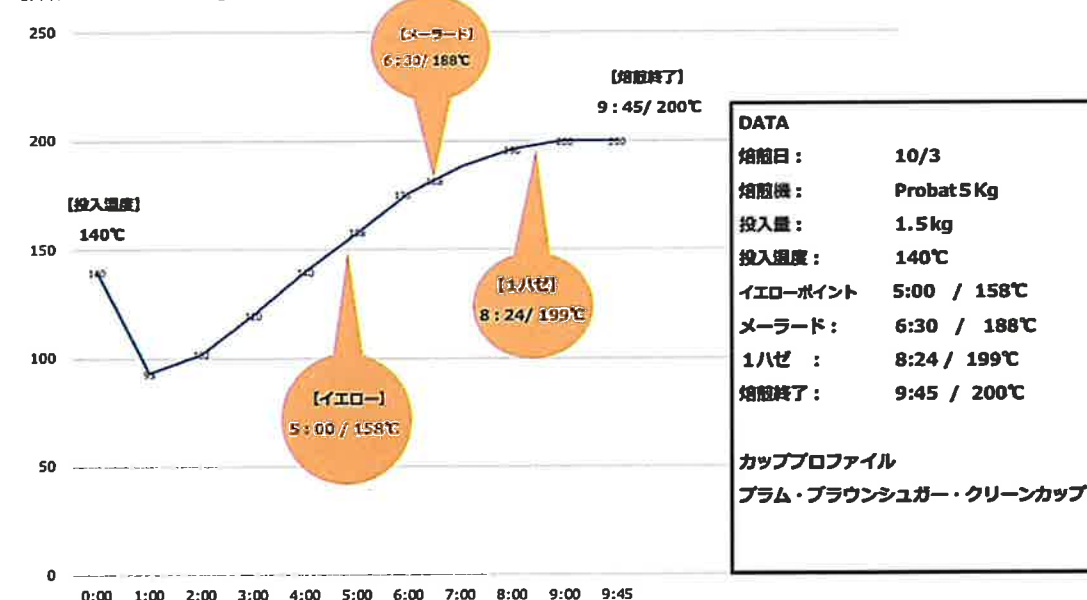


関東Bチーム

[プレゼンテーション]

1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	酸質と甘さがしっかり伴い、飲み心地の良いクリーンなコーヒー。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカップリングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	酸味が穏やかで優しい味わい、甘さや質感がとても魅力的なコーヒー豆。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	酸質をどのように出し、酸質と甘さのバランスの良い所にしっかり仕上げる。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	前半に火力を多く与え、カラーチェンジから火力を調整していくアプローチ。

[焙煎プロファイル]

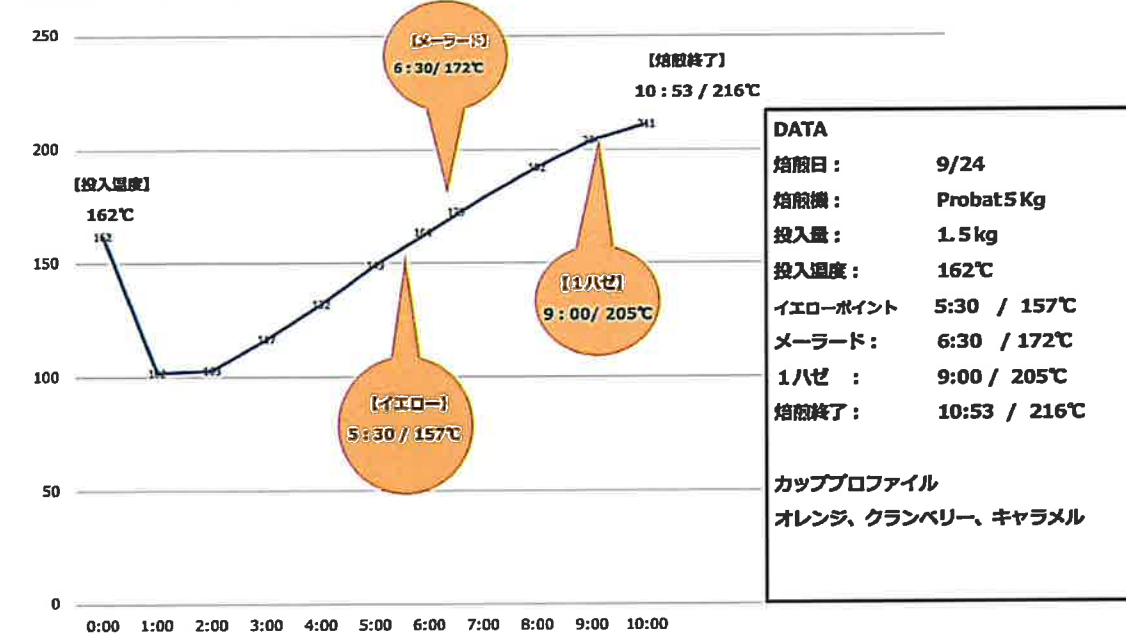


関東Cチーム

[プレゼンテーション]

1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	産地特性の特徴をしっかり出しながらもテイストバランスがよいこと。液体としての飲み始めから飲み終わりまでのバランス。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカップリングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	テスト焙煎での第一印象は表情豊かなイメージ。何パターンかでいくつか試してみたがカロリーをかけるポイントや時間などでフレーバーや酸味のボリューム、マウスフィールの印象が違って幅の広いコーヒーだと感じた。ティーライクで爽やかなシトラス感、キラキラした明るい酸味から、ピーチや繊細でエレガント、オレンジでラウンドマウスフィール、クランベリーでジューシー、さらにいくとスムーズで豊かなボディ、などなど。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	チーム内でもバランスに対して明確な答えはでなかったが、サンプルロースを繰り返す中で、バランスに必要な要素として、甘さは最重要項目にあげた。幅の広い表情豊かな課題豆だけに焙煎度合の決定にはとても悩んだ。テイストバランスだけではなく、口当たりやアフターテイスト、酸味や甘さなどそれぞれの要素がとりもつことで成り立つ構造のバランスも大切だと気づいた。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	焙煎機はプロバット。投入量は安定して火力をかけることができる最低量の1.5キロ。ドライフェーズでは過度な熱量をかけないよう火力を徐々に上げていき、メイラードフェーズではフレーバー、甘さや質感を出すために必要な熱量を与え続け、ディベロップメントフェーズでは豆の表面を焦がさず、理想とする甘さや質感を感じられる温度、時間を設定した。酸味が突出することなく甘さで支えるようにディベロップタイムをのばし甘さや質感で酸味を包み込むようなイメージ。

[焙煎プロファイル]

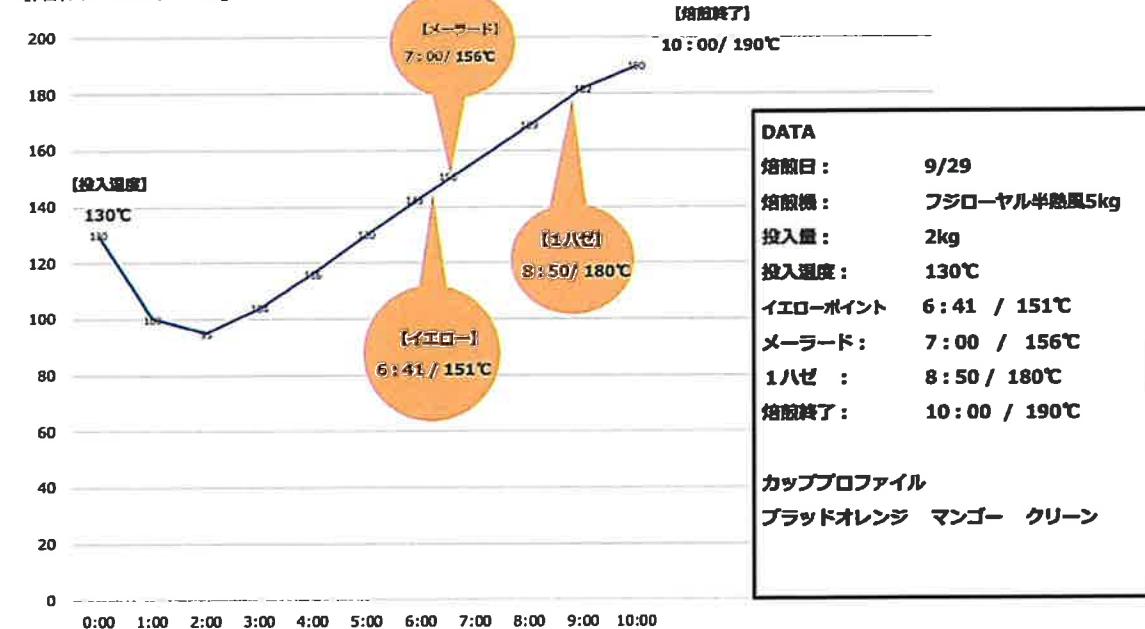


中部チーム

[プレゼンテーション]

1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	私たちが考える「バランスの良いコーヒー」とは、一般のお客様が毎日飲んでも飲み疲れしない何杯でも飲みたくなる飽きの来ないコーヒーであり、甘さや酸味、苦味のバランスが良くクリーンでシングルオリジンのフレーバーがしっかり感じられるコーヒーだと考えております。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカップリングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	チームメンバーがそれぞれサンプル焙煎を行い、カップリングを行った結果、浅煎り、中煎り、深煎りのどの焙煎度合でも、コーヒーにジュシーで明るいフレーバーとクリーンで甘味が感じられるコーヒー豆ということが分かりました。 また、硬くて、水分が抜けづらいコーヒー豆と私たちは感じ、魅力を引き出すには水分抜きが非常に重要になってくるコーヒー豆だと印象を持ちました。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	私たちが考えるバランスの良いコーヒーは毎日飲んでも飲み疲れしないコーヒーを目指した為、突出した酸味を出さないような焙煎を行い甘味と、このシングルオリジンが持っているジュシーで明るいフレーバー、クリーンさを引き出すことを目指しました。 硬くて、水分が簡単に抜けないコーヒー豆と感じたため、どのように効率よく水分抜きが出来るかが課題でした。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	焙煎機はフジローヤルの半熱風式 5kg。選定理由は今回の検証に適したサイズだったからです。豆の投入量は 2kg。これはフジローヤルの持ち主が日常的に扱っている量で、安定した検証結果につながると確信があったからです。 焙煎方法としては、豆の水分を抜くことに最も意識を向けました。なぜなら水分が十分に抜けていないと質感が悪く、全体の風味が暗い印象になってしまうジュシーなフレーバーが感じられず、カップクオリティが下がってしまうからです。 焙煎中は香りで水分の抜け具合が適切になる様に心掛けました。 投入温度にも細心の注意を払いました。投入温度によってもフレーバーの明度が変わってきます。投入温度が高いとフレーバーもハッキリします。ただ、高すぎると表面焼けが発生し、クリーンさが失われカップクオリティが下がってしまいました。そのため手前ギリギリまで、温度の調整を行いました。 投入から弱めめガス圧で進行。1分35秒でボトムに到達。1分ごとにガス圧とダンパーを徐々に開放していきました。 イエローポイントからファーストクラックまでは、香りを重点的に確認しながらダンパー開放し、ドライフェーズ以降も豆の水分をしっかりと抜いていきました。

[焙煎プロファイル]

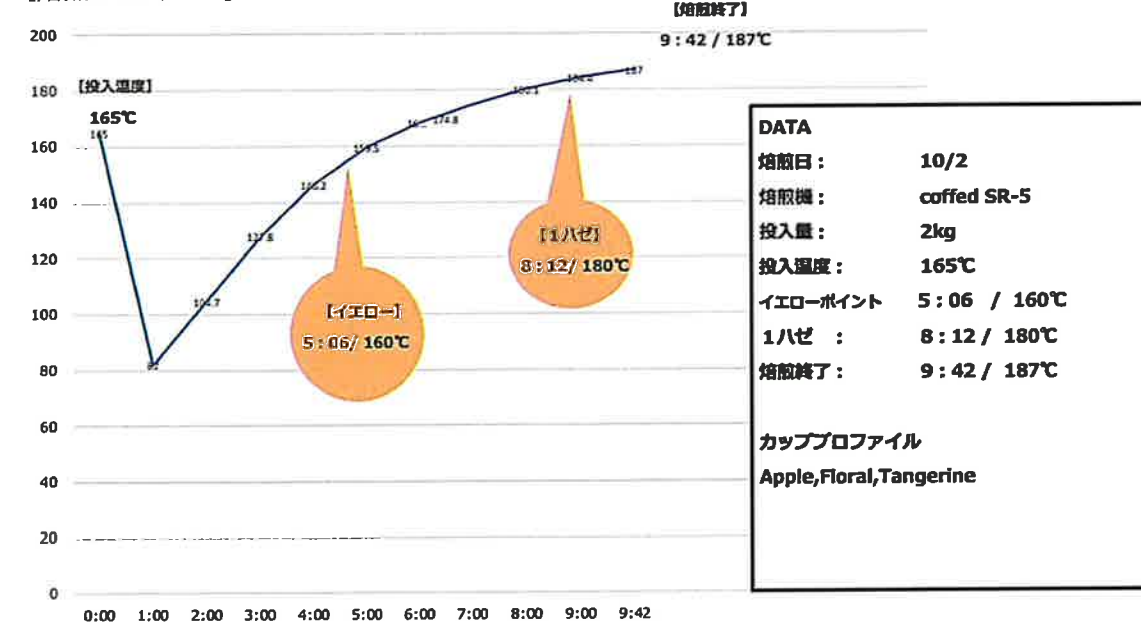


関西Aチーム

[プレゼンテーション]

1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	アシディティ、スウィートネス、マウスフィールなど全ての項目が突出せず、調和しているコーヒー。飲み飽きない、するっと飲めるコーヒー。 特にアシディティとスウィートネスを重視。明るいアシディティとそれを突出させないスウィートネスが重要だと考えています。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカップリングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	甘さもあり、マウスフィールも心地良く、アシディティも穏やかで、まさにバランスの良いコーヒーという印象を持ちました。 ただ、ケニアのコーヒーに抱く力強く明るいアシディティが少なく大人しい印象も受けました。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	そのため、フレーバーやマウスフィールなど各項目のバランスを取りながら、この課題豆のアシディティとスウィートネスの良さを引き出そうと考えました。今回はチームセッションということでチーム内での意見交換や味を決めていく過程にこそ意味があると捉え、各々が良いと思う焙煎を行い、各自の仮説とプロファイルを共有することにしました。そして、皆でカップリングしていく中で良いと思うものを絞っていきました。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	焙煎機はポーランドの Coffed を使用。5kg に対して 2kg 投入しました。最初に焙煎した時に内外差が大きかったのでソーキングなしに変更。とにかく表面のコゲないように投入温度も低めにしました。投入量が少なく、焼きムラが著しかったので当初より回転数は割と早めの 6(10 分の 6) にしてムラが出てきたら焙煎中に 0.5 ずつ早めたり工夫しました。火力は scorch を出さないように中火 (50~60%) に設定。メイラードをきちんと取るため弱火に。 ROR を見ながら途中で火力を変えることなく最後まで 25% にし、dryness がでないように DT は 1分30秒しっかり取ってデベロップしました。

[焙煎プロファイル]

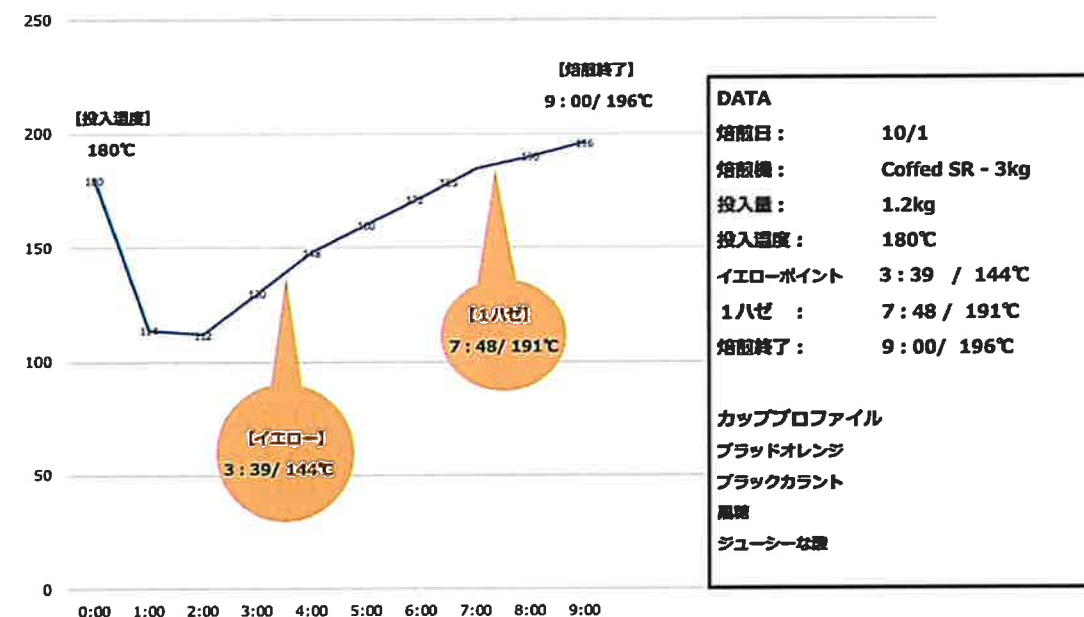


九州チーム

[プレゼンテーション]

1	「バランス」の良いコーヒーとはどのようなものと考えていますか？	- 最初の打ち合わせ時に全員で「バランスの良いコーヒー」について議論をした。 - オリジンフレーバーが感じられ、豊かなマウスフィールがある。 - ライブリーでコンプレックスなアシディティ。 - 酸味と甘さのバランス感を特に重視し、どの温度帯でもアフターテイストが続くコーヒー。
2	今回の課題豆を最初に焙煎しカップングした時、バランスに対してどのような印象を持ちましたか？	- ケニアらしいスクリーンサイズの大きさや、やや火が入り辛そうな印象。 - 酸の印象がやや落ち着いた印象。華やかさは少なく、甘さのボリュームを感じ、やや重たい印象。 - ブルーベリーやブラックベリーのようなフレーバーを感じた。
3	1、2を踏まえ、チーム内でディスカッションし、この課題豆をどのような印象のコーヒーに仕上げようとしたか？	- 前半にしっかりカロリーを加え、オリジンフレーバーや明るいアシディティを引き出したい。 - アシディティを明るくして、甘さのボリュームの不足する点が懸念だが、カップングしながら調整ポイントを探ることにした。
4	3で立てたゴールに向かい、どのような設計図(プラン)を描いたのか。	- 焙煎機は Coffed SR-3、投入量 1.2kg。限りある生豆の量を考え、チーム内で一番小型の焙煎機、且つ本焙煎も可能なマシンに決定。 - 前半にカロリーをしっかりと入れ、オリジンフレーバーやアシディティを引き出すことを意識し、イエローポイントから FC までは甘さやライブリーな酸を出すようしっかりと時間を取り(4分)、FC からドロップまでは何個かサンプルを取り、自分たちの考えるバランスの良いカップを選ぶようにした。明るい酸味を下支えする甘さを構築できるよう DT を調節する。

[焙煎プロファイル]



10月12日(土) 10:00~17:00

ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2024 (JHDC2024) 結果報告



▲新田 和雄さん



▲太田 恵美子さん



▲中村 真悟さん

2024年10月12日(土)、JHDC決勝大会にて前人未踏の瞬間に立ち会うことができました。今や世界中でドリッパーとペーパーフィルターを使用して楽しめるようになったハンドドリップ。JHDCは、日本で最もなじみ深く、ご家庭から喫茶店、カフェに至るまで広く親しまれている、そんなハンドドリップに特化した競技会となります。ハンドドリップが多くのコーヒー愛飲家に支持される理由はいくつかあるかと思いますが、1番は「器具が比較的手に入りやすく、淹れる人の創意工夫が味に反映されるから」ではないでしょうか？ JHDCでは、日本独自で発展してきた自由度の高い「手で淹れる」文化の普及や技術向上により、スペシャルティコーヒーの魅力をより多くの方にお楽しみいただくことを目的としています。

今大会では、昨年の参加数をさらに上回り、過去最高となる256名の競技者にご参加いただきました。競技内容は、「ドリップ競技」と呼ばれる純粋なハンドドリップの抽出技術によるコーヒーの味わいと、A抽出(150ml~200ml)とB抽出(300ml~400ml)の2つのコーヒーの均一性で審査されます。そのため、年齢や経歴に関わらず、誰でも勝ち上がれるチャンスがあります。また、フェアな大会の

一つとして、ドリップ競技では使用するコーヒー豆を競技当日に発表。生産国や品種の多様性はもちろん、焙煎度合いもさまざま、日程によって浅煎りもあれば深煎りのコーヒーが用意される場合もあります。また、あらかじめ指定された器具、指定された水以外は使用することができません。16歳以上の学生から実際にコーヒーを毎日提供するプロのバリスタや喫茶店のマスターまで、全ての選手が同じ条件のもとで技術を競います。

ドリップ競技における勝敗は、ルールにのっとった所作や時間管理も大事なポイントとなります。実際にお客さまを目の前にしたときと同様に、コーヒーを淹れる無駄のない動きと清潔感を大切にしながら制限時間10分間でA抽出、B抽出の2つのコーヒーを淹れなければなりません。出来上がったコーヒーは既定の容量、温度に達しているかも確認されます。そして、大切な風味の評価については厳しい審査員プログラムを通過した公認ジャッジが担当。競技者の情報を遮断した状態でカップに向き合い、A抽出、B抽出の均一性、風味特性、量感といった各項目を評価しています。だからこそ、誰もが「気軽に」「手ぶらで」参加できる競技会ですが、フェアで厳正なる審査のもと勝者が決まる競技会



でもあります。よって競技期間中は、競技者はもちろん公認ジャッジの皆さんも真剣にコーヒーに向き合うため、会場には緊張感が漂っています。

そんな各予選会場の1グループ16名から勝ち上がってきた勝者が10月12日(土)、SCAJで開催されるJHDC決勝大会に集いました。4日間にわたって開催されたアジア最大級のスペシャルティコーヒー展示会であるSCAJ最終日、JHDCの会場「ステージC」は立ち見の観客も出るほどでした。決勝では、予選のドリップ競技とは別にフリー競技も加わり、大勢の観客と公認ジャッジを目の前にプレゼンテーションを行いながら抽出します。フリー競技は事前に決勝進出者にコーヒー豆と情報を共有した上で、それぞれがプレゼンテーションを組み立て、目の前のジャッジにコーヒーを提供します。競技者は同じコーヒーを使用しますが、伝えたい想いや抽出方法はさまざま。毎回新鮮さがあり、コーヒーの奥深さを改めて感じることができます。惜しくも極度のプレッシャーからタイムオーバーしてしまう競技者もいましたが、最後まで諦めることなく、コーヒーを飲む目の前の人に対して最高の1杯を提供する姿には感動しました。

ドリップ競技を終え、フリー競技のトリを飾ったのは前回

大会の優勝者、新田珈琲の新田 和雄さん(※競技順はくじ引きで決めています)。新田さんは、前例のない2連覇をかけての出場でしたが、2大会連続で決勝進出を遂げるだけでも大変な功績だと思います。また、周りの期待も高まることから想像できない重責だったと思いますが、「もっとおいしいコーヒーを提供したい」「ハンドドリップの素晴らしさを広めたい」という強い想いが会場の皆さんに伝わるプレゼンテーションでした。その卓越した抽出技術もさることながら、可視化が困難な成分の溶解、拡散速度に着目した一見難しそう(実際、私には難しい)テーマをこどもなげにわかりやすくやってのけた新田さんは、並み居る強豪をはねのけ2連覇を果たしました。決勝進出者の方々は、素晴らしい抽出技術を持ちながらもおごることなく成長を止めません。優勝を飾られた新田さんのインタビューでは、支えてくれた家族やお客さまへの感謝の気持ちを大切に伝えており、その姿からは非常に人柄がにじみ出ていたため、多くのファンに愛されている所以を感じました。

日本独自に発展してきたJHDCですが、来年はいよいよ台湾のハンドドリップ チャンピオンシップ優勝者とのコラボも予定されています。毎回多くのドラマが生まれる競技会として、ハンドドリップの楽しさとスペシャルティコーヒーの魅力を世界に広めていけるよう、皆さんと歩んでいきたいと思っています。

コーヒーブリューワーズ委員会
辻本 智久

【ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2024 (JHDC2024) 決勝結果】

順位	氏名	会社名	店舗名	所在地
優勝	新田 和雄	有限会社新田珈琲	新田珈琲	福井県
2位	太田 恵美子	株式会社 東北萬国社	萬國珈琲	宮城県
3位	中村 真悟	株式会社ROLE COFFEE relative	ROLE COFFEE	愛知県
4位	木村 宏	合同会社MICRO-LADY	MICRO-LADY COFFEE STAND	滋賀県
5位	田邊 亮輔	RIOSKY COFFEE	—	広島県
6位	田代 麻美	株式会社カフェイネイチャー	ecoma coffee	埼玉県
7位	池崎 美弥	キャラバンサライ株式会社	本店	石川県
8位	加藤 慶太	Bespoke Coffee Roasters	—	埼玉県

その他競技会結果報告

ジャパン バリスタ チャンピオンシップ 2024(JBC2024)、ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ 2024(JCTC2024)、ジャパン ブリューワーズ カップ 2024(JBrC2024)、の結果は以下の通りです。
詳細につきましては、次号掲載予定です。

10月10日(木)10:00~17:00 決勝開催 ジャパン バリスタ チャンピオンシップ 2024 (JBC2024) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	所在地	スコア
優勝	伊藤 大貴	猿田彦珈琲株式会社	—	東京都	703.5
2位	安部 潤	猿田彦珈琲株式会社	—	東京都	685
3位	本間 啓介	株式会社サザコーヒー	本店	茨城県	676
4位	南條 裕乃	株式会社ヒサヤマモトコーヒー	Unir京都店	京都府	652
5位	白井 伸之	MAZ TOKYO / LUG HATAGAYA	—	東京都	634
6位	西脇 章太郎	_Nem_Coffee&Espresso	—	東京都	626.5

10月11日(金)10:00~13:30 決勝開催 ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ 2024 (JCTC2024) 決勝結果

順位	氏名	会社/店舗名	所在地	正解数	スコア
優勝	新田 博章	—	沖縄県	6	4'36"
2位	木戸田 直子	スターバックスコーヒージャパン株式会社	東京都	5	7'52"
3位	大田 快斗	IMAGIN.COFFEE	島根県	4	7'20"
4位	縄田 康司	株式会社トーホー	兵庫県	4	7'59"

10月11日(金)10:00~17:00 決勝開催 ジャパン ブリューワーズ カップ 2024 (JBrC2024) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	OP	必修	合計
優勝	畠山 大輝	—	Bespoke Coffee Roasters	344.0	161.0	505.0
2位	伊藤 恵未	SAMURAI DREAM株式会社	BARISTA MAP COFFEE ROASTERS	359.0	144.0	503.0
3位	藤崎 大輔	株式会社GLITCH	GLITCH COFFEE&ROASTERS	349.0	148.0	497.0
4位	望月 幹太	株式会社嗜好品研究所	KOFFEEMAMEYAKAKERU	324.0	168.0	492.0
5位	飯高 亘	株式会社サザコーヒー	店舗事業部	351.0	136.0	487.0
6位	佐藤 義昭	株式会社Philocoffea	Roastery & Laboratory	325.0	156.0	481.0
7位	西尾 仁美	株式会社TAOCA COFFEE	TAOCA COFFEE 鷺林寺ロースタリー	332.0	140.0	472.0
8位	望月 光	Rurukuna	coffee etomoiri	287.0	167.0	454.0



Japan Siphonist Championship 2024

ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2024



優勝 酒田 ちえみ



2位 中村 優花



3位 松嶋 由美子



4位 塚本 真梨菜



5位 山中 達也



6位 佐藤 希恵



World Siphonist Championship 2024

ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ 2024



優勝 Chang Wei-Shin



2位 近藤 寛之



3位 Nan Peng



Japan Barista Championship 2024

ジャパン バ리스タ チャンピオンシップ 2024



優勝 伊藤 大貴



2位 安部 潤



3位 本間 啓介



4位 南條 裕乃



5位 白井 伸之



6位 西脇 章太郎



Japan Cup Tasters Championship 2024

ジャパン カップテイスターズ チャンピオン シップ 2024



優勝 新田 博章



2位 木戸田 直子



3位 大田 快斗



4位 縄田 康司

Roast Masters
Team Session
2024



関東Aチーム



関東Bチーム



関東Cチーム



中部チーム

ローストマスターズチームセッション 2024



関西Aチーム



関西Bチーム



中四国チーム



九州チーム



Japan
Brewers Cup
2024

ジャパン ブリューワーズ カップ 2024



優勝 畠山 大輝



2位 伊藤 恵未



3位 藤崎 大輔



4位 望月 幹太



5位 飯高 亘



6位 佐藤 義昭



7位 西尾 仁美



8位 望月 光



Japan Hand Drip Championship 2024

ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2024



優勝 新田 和雄



2位 太田 恵美子



3位 中村 真悟



4位 木村 宏



5位 田邊 亮輔



6位 田代 麻美



7位 池崎 美弥



8位 加藤 慶太

10月9日 (水) 10:30~13:00
SCAJトレーニング委員会

特別講演



恒例となりましたトレーニング委員会主催のステージイベント第一部は、ボルカフェ株式会社 広池 正道社長をお迎えし、「コーヒーのテロワール」につきましてご講演頂きました。ボルカフェ社はスイスに本拠地を置き、世界の生産国、消費国に支店を持つ大きなコーヒーのトレーディング会社です。日本法人の歴史は古く、2019年に100周年を迎えています。同氏は長いコーヒーキャリアのみならず、コーヒーをこよなく愛するコーヒー人のお一人です。

テロワール、Goût de terroir (テロワールが表れた味)はワインの世界で度々登場する言葉です。日本語の訳語は、土地柄、農業風土、地味といったところでしょうか。「農産物の香味を特徴付ける、自然と生産条件の集合体」という意味になるかと思います。テロワールはラテン語のTerra (土地、土、地球など)をルーツとするフランス語独自の派生語です。

SCAJのスペシャルティコーヒーの定義は2009年に補足追加があり、その中で「カップに生産地の特徴的な素晴らしい風味特性が表現されることが求められる。」という項目があります。ここでもスペシャルティコーヒーの風味多様性が謳われています。同氏はコーヒーのテロワールの要素として、下記を挙げています。

1. 自然の恵みを受けたコアなテロワール 土壌、気候、位置
2. 歴史、文化、政治的背景を受けた広義のテロワール 人的要素と社会的な要素

また、品種、化学肥料、特定の生産方式はテロワールに含まれないとしています。

コアなテロワールの要素1: 土壌

テロワールの中心的要素であり、コーヒーの樹の根はここから養分を吸収します。栄養分、水はけ・肥料保持力、pH、色(赤、黒、茶、白)、古代の地殻活動、火山、経時変化、斜度等によって大きく性質が異なります。

コアなテロワールの要素2: 気候

気温、日照強弱、時間、降雨量、降雨パターン(雨季と乾季)近年特に気候変動による影響が大きくなっています。気候パターンの例として赤道直下に位置するパプアニューギニアでは降雨が年間通じて多くなっています。一方南半球のブラジルでは4月から9月の収穫時期は乾季となっており、雨季と乾季が明瞭となっています。

気候は収穫後の精製や流通形態にも影響を与えます。マイスター講義で紹介したスマトラ式は降雨の多いインドネシアならではの生産処理方式です。

コアなテロワールの要素3: 位置 土壌と気候に影響を与える二次的要素

標高の違いは気温、寒暖差、日照強度の違いを生み出します。赤道からどの程度離れているか、緯度による違いも重要です。方角は日照強度、時間、風力の違いを生み出します。地形(盆地、斜度等)も日照強度、水はけ、表土保持(流出)の違いを生み出します。海、湖、川との距離は気温、湿度、水源の違いを生み出します。生産国が海洋性気候か内陸性気候かは風味の違いを生み出す大きな要素と考えられます。

広義のテロワールとしては、人的要素として歴史、文化的背景を持った国民性や市民性、性向が挙げられます。人がコーヒーを生産しますので、これらも風味特性に影響を与えるものと考えられます。社会的要素としては、まず流通形態によって影響を受けます。例えばウエットパーチメントの流通とドライパーチメントの流通、国によって異なります。環境保全要件からの影響も挙げられます。前述のコアなテロワール同様にコーヒーの品質に対する影響が大きいものです。

具体的な世界コーヒーの多様なテロワールの例として、同氏はブラジルのテラローシャ、メリハリの乾燥季、ケニアの真っ赤な土壌から生まれる複雑な香味、リントン(インドネシア)の古代の地殻変動と現在も続く火山活動の影響を受けた複雑な土壌、トバ湖からの冷涼な気候、スマトラ式精製、『最後の楽園』とも呼ばれるパプアニューギニア、泥炭質の土壌と高原盆地の気候、高地部族によるコーヒー生産、イエメンの乾燥した大地と気候の恩恵を受けたフルーティーなアラビカ、中央アフリカ3国(ルワンダ、ブルンジ、コンゴ)の大地溝地帯の西部に位置する独特のテロワールで生産されるブルボンが挙げられました。

またテロワールを生み出すイメージとして、キリマンジャロなどの火山、リントンやイルガチエフなどの高原盆地・沼沢地、年間降雨700mmのイエメンの乾燥した斜面、森や海などを写真で紹介頂きました。

同氏はテロワールはスペシャルティコーヒーの多様性を楽しむことにおいて重要であると強調致しました。それはコーヒー生産地の自然環境、文化、人々の生活の多様性を、お客様に伝え、楽しんでいただくための一つのキーワードであるからです。スペシャルティコーヒーの品質尺度として点数評価は大切ですが、それだけではスペシャルティコーヒーの多様性やおいしさをお客様に伝えることはできません。



同氏は更に伝えます。現在ゲイシャなどのエリート品種、アナエロピック、ハニー等々、グリーンカップ、ニュークロップ、トレーサビリティ・大農園志向、世界共通の評価基準が全盛となっていますが、消費者起点で、テロワールを映す品種、種に宿る味わい固有の気候条件を生かした精製、歴史の偶然が生んだ精製、時間が生みだす味わい、味わいを生み出す謎や揺らぎ(ブレ、作柄?)を楽しむ、プロ＝マニアのこだわりにつまみつかない楽しみ方をお客様に伝えることがスペシャルティコーヒーの楽しみ方を広げて、消費拡大に繋がられるのではと考えています。

コーヒーマイスターの実技講習会では受講生の皆様がお客様へ如何にスペシャルティコーヒーの価値、美味しさ、楽しみを伝えることが重要であることを伝えています。

本イベントでは消費者がスペシャルティコーヒーに魅力を感じて頂けることは何かということテロワールという視点で考える素晴らしい機会であったと実感致しました。ボルカフェ株式会社 広池 正道社長におかれましては、素晴らしい機会を頂きまして感謝申し上げます。

トレーニング委員会
土屋 浩史

10月9日(水) 10:30~13:00
SCAJトレーニング委員会

第10回利き珈琲選手権



SCAJ2024展示会の初日である10月9日(水)に「第10回利き珈琲選手権」を開催しました。「利き珈琲選手権」は、コーヒーマイスターの資格を持っている皆さんが参加できるイベントです。参加者にはカップリング方式に準ずる形で「利き珈琲」にチャレンジしてもらいます。普段飲めないようなコーヒーも含め、さまざまな生産国のコーヒーを、鋭い感覚とこれまでの経験や記憶に基づいて利き分けてもらうという大会です。今回は26名のコーヒーマイスターの皆さんにエントリーしていただきました。

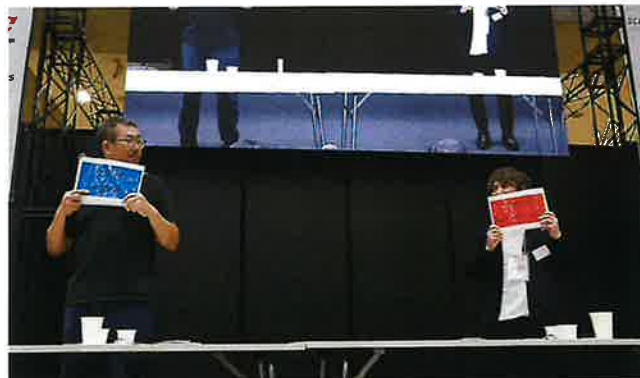
今年はコマーシャルクラス～スペシャルティクラスまで、そしてロブスタコーヒーも準備して、挑戦者の皆さんをお迎えしました。予選は1人につき「4種のコーヒーを1セット」として並べて、選択肢の中から正解と思われる生産国名を選んでもらうという方式。選択肢が8種あるため、その中から4つの正解を選ぶには相当のカッピング技術&鋭敏な感覚が必要とされます。

予選ではブラジルNo.4/5(Natural)・ベトナムアラビカG1(Washed)・エチオピアG4(Natural)・コロンビアエクセルソ(Washed)の4種を出題しました。予選を勝ち抜くには、ブラジルNo.4/5とベトナムアラビカWasedが分けるのか? エチオピアコーヒーがWasedなのかNaturalなのか? さらに同じWashedコーヒーの中でも、コロンビアと中米のコーヒーが判別できるか? という具合に、

かなり細かい風味の違いを短時間で識別することが求められます。採点の結果、今回4問全て正解した方は1人もいらっしゃいませんでした。3問正解の方が4名、それ以外の皆さんは残念ながら2問以下の正解でした。ベトナムアラビカのWashedコーヒーはスペシャルティクラスで後口もクリーンなため、もしかしたら中米のニカラグアWashedコーヒーと間違えた方もいらっしゃったかも知れませんが、かなり難しい問題だったと思います。

続いて、この予選を通過した4名での決勝が行われました。決勝は1人につき「1カップのみ」が提供され、そのコーヒーの生産国とグレードを8つの選択肢から選んでもらうというやり方で、誰かひとりだけが正解となるまで競い





合ってもらうサドンヴィクトリー方式です。これまで年によって、1つ目のカップで簡単に優勝者が決まってしまうこともあれば、最後に残ったお二人が何度も何度も同じ回答でなかなか決まらないこともありました。さて、今年はどんな決勝だったのでしょうか……。

決勝では、エチオピアG1 (Natural)・ブラジルNo.4/5 (Natural)・ベトナムアラビカG1 (Washed)・ニカラグアSHG (Washed)・コロンビア エクセルソ (Washed)に加え、ベトナム ロブスタ・ウガンダ ロブスタなどもご用意していました。1問目はエチオピアG1 (Natural)でしたが、ここで4名のうち2名が脱落。エチオピアモカコーヒーであることはわかって、WasedかNaturalかで迷われたようです。

残った2名で2問目に進みました。2問目に出題されたのはブラジルNo.4/5 (Natural)。選択肢にはベトナムロブスタやウガンダロブスタもあり、特に近年では品質の良いロブスタも出てきているため、決勝に進まれたおふたりでもかなり迷われたようでしたが、ここで決着がつかしました。

この問題を「ブラジルNo.4/5」と見事正解して優勝されたのは、自家焙煎珈琲店「SIMONS COFFEE」(山口県)を営んでいらっしゃる原 孝さんです。決勝を勝ち抜き第10回利き珈琲王に輝いた原さんは、Qアラビカグレーダー、ブラジル珈琲鑑定士などさまざまな資格をお持ちで、店舗では仕入れから焙煎、抽出、接客まで全て対応されているとのこと。これまで特にセンサリスキルを磨かれてきたというお話で、アドバンスドコーヒーマイスターも

取得されています。その研ぎ澄まされた感覚によって、予選で出題されたブラジルNo.4/5だと確信を持って選んだそうです。

原さんには、角地委員長より利き珈琲王の証であるクリスタルのトロフィーが贈呈され、最後に参加者全員で記念撮影をして終了となりました。

来年のSCAJ2025でも「第11回利き珈琲選手権」を開催する予定です。楽しみながらさまざまなコーヒーの香気を体験して学べる場でもあり、ご自身の感覚のレベルを試す絶好の機会でもあります。コーヒーマイスターのみが参加できる大会ですので、ぜひ多くのコーヒーマイスターの皆さんに挑戦していただき、利き珈琲王を目指していただきたいと思っています。それでは来年、SCAJ2025の会場でお会いしましょう。

トレーニング委員会
長野 隆成

優勝者

SIMONS COFFEE 原 孝さんコメント



私は、山口県下関市で「SIMONS COFFEE」という自家焙煎珈琲店を営んでおります。前職(不動産業)を48歳で退職後、コーヒー業界に転職いたしました。現在開業8年目です。コーヒー業界へ転職したきっかけは、大学時代に3年間、福岡市のコーヒー専門店でアルバイトをさせていただく中で、コーヒーの世界に魅せられたことです。開業後はアドバンスドコーヒーマイスター、Qアラビカグレーダー、Qプロセッシング、ブラジル珈琲鑑定士、競技会ジャッジや各種セミナーなどを通じて、特にセンサリスキルに重点を置き勉強させていただいております。現在、店舗では仕入れ、管理、焙煎、抽出、接客の全てを行っております。

利き珈琲選手権には複数回参加させていただきましたが、改めて気付かされたのは「そもそも同一銘柄の風味は一つではない」ということです。同一銘柄であっても、風味を「点」で記憶するのではなく、さまざまな風味のパターンを「線」や「面」などとして空間的に記憶にインプットすることが重要だと感じました。すなわち、当たり前ですが同一銘柄であってもクローブやロットや保管状況、焙煎度や焙煎プロファイル、抽出器具や抽出プロファイルによって風味は微妙に変化します。また、格付けによりディフェクトの風味の強弱や質そのものが変わります。例えば「グアテマラSHBウォッシュド」や「エチオピアG1ナチュラル」という銘柄があったとして、そのフレーバーはもちろん1つではありません。利き珈琲選手権では、自分の記憶の常識にとらわれず、不足分を補完する、より多くの記憶の「引き出し」を持っていることが優勝へのカギになるのではないかと考えます。今回は最終問題で「ブラジル4/5」が出題されました。アロマの段階ではロブスタ臭を感じ、第一印象ではロブスタ系銘柄ではないかと思ったのですが、甘みの量感やアラビカ種的なテクスチャー、微細なりアード臭、ブラジル4/5には時々ロブスタ臭を感じるロットがあるという引き出しがあったため、何とか正解を導き出すことができました。

コーヒー業界は就労者の平均年齢が若い業界だと言われます。しかしながら、私もこの大会において55歳で優勝できました。そのため、今後は年齢に関わらず多くのマイスターの皆さまが参加し、この競技会がさらに注目度が高く、大きなものに育っていくことを祈念いたしております。最後となりますが、私たちが想像する以上に運営側の皆さまの準備や当日のオペレーションは大変だと思います。SCAJトレーニング委員会の皆さま方、その他の運営の皆さま方には心より感謝申し上げます。また、今回参加されました競技者の皆さま方にも重ねて御礼申し上げます。

私は今回運よく優勝できましたが、まだまだ駆け出しの身ですし、自分に足りない「引き出し」も多いと感じましたので、これをスタートラインとしてさらに精進して参りたいと思います。ありがとうございました。



10月9日(水) 11:00~12:30

CONATRADEC-NICARAGUA

ニカラグア産コーヒーの原産地区分について



ニカラグア共和国は中米地域にあって、北はホンデュラス、南はコスタリカに挟まれ、国土面積はこの地域最大の約13万km²を誇る。そんなニカラグアは約700万の人口を抱え、その40%が第一次産業に従事。GDPの15%前後が農業生産という典型的な農業国であり、主要な産物はコーヒー、牛肉、乳製品、豆類、砂糖である。

セミナーを始めるにあたり、サンディ・ダビラ・サンドバル駐日ニカラグア大使からも「ニカラグアという国にとってコーヒーは非常に重要な産物である。日本の皆さまにもこのセミナーを通じて、ニカラグアコーヒーへの理解を深めていただきたい」との挨拶があった。

続いてCONATRADEC*のMr. Herlinton Gutierrez (エリントン・グティエレス)氏からニカラグアのコーヒー生産に関するプレゼンテーションが行われた。

*CONATRADECは「コーヒー栽培の変革・発展のための国家委員会」の訳。政府の開発・産業・商業省の傘下で2013年に設立された官製委員会である。

【ニカラグアコーヒーの概況】

ニカラグアのコーヒー生産地帯は面積161,000haで、51,000家族が生産に従事している。生産量は270万袋(60kg)ほどで、中米・カリブ地域の生産量に占める

割合は約11%。生産量の98%がアラビカ種で、沿岸に近い低地で栽培されるロブスタ種が2%ほどある。生産されたコーヒーの94%は海外に輸出され、貴重な外貨収入源となっている。輸出相手国は世界の54カ国に及ぶが、米国およびカナダでその45%ほどを占め、ヨーロッパ諸国に25%、その他の地域には30%。日本向けは1.5%ほどの約3万袋(23年度)にとどまっている。

【コーヒー産地】

ニカラグアのコーヒー生産の中心地は、北部のヌエバセゴビア(Nueva Segovia)、ヒノテガ(Jinotega)、マタガルパ(Matagalpa)の3県であるが、近年では太平洋岸に近い西部地域でのコーヒー栽培も推進している。

【コーヒー農家】

ニカラグアのコーヒー農家は他の中米諸国と同様に小生産者が多く、5manz(1Manzana=1.43ha)約3.5ha以下の農家が全体の93%を占める。小規模生産者はほとんど家族経営なので、農園に住んでコーヒー樹のケアができるのが利点であり、自然と調和した栽培が可能である。加えてほとんどの農園はシェードツリー栽培であり、コーヒーの熟度に応じて4回以上に

分けた収穫を実施している。また、生産者の30%が女性とのことだ。(これは近年のコーヒー生産国のトレンドである気がするが、一つの農園を分割して家族の女性の名義にする場合もある)

【コーヒーの品種】

ニカラグアでは現在、試験的なものも含めると36種以上のコーヒー品種を栽培している。中心と言うべき品種はカトゥーラ、マラカトゥーラ、ゲイシャ、マラゴジペ等であるが、そのエリアの気候、土壌に合わせて栽培品種を選択している。近年の地球の気候変動に対応するための研究も進めており、環境変化、特に雨量の変化には留意する必要がある。こうした品種の選択だけでなく、精選方法も気候変動に対応する手段として考えられている。

【コーヒーテイスティング】

続いてコーヒー生産者でもあるエリントン・カストロ氏が登壇し、テイスティングセッションが行われた。次々と運ばれる5種類のコーヒーはどれもグリーンカップであったが、それぞれ異なるキャラクターがあった。解説によれば産地は全てNueva Segoviaだが、2つのウォッシュドのうち一つはカトゥーラ、もう一つはパカマラで、品種の違いによって現れるキャラクターが顕著とのことだ。残りの3つは全てナチュラル精選だが、ひとつはマラカトゥーラ、一つはパカマラの100%天日乾燥、残りの一つはエチオピア種の天日乾燥。品種の違いだけでなく、精選方法の違いによるキャラクターを感じられるように選ばれたサンプルで、5つ全てが2024年度のカップオブエクセレンス入賞コーヒーであった。

【カップオブエクセレンス】

最後に、昨年からカップオブエクセレンスの運営NPO団体ACEの専務理事に就任した、ニカラグア出身のエリウィン・ミエリッヒ氏が登場。ニカラグアにとってカップオブエクセレンスが大切な要素であることを説明した。



ニカラグアは2002年という早い段階からカップオブエクセレンスプログラムに参加し、ニカラグアスペシャルティコーヒーを世界の消費国にアピールしてきたが、この選択は外へのアピールだけでなく、国内の生産者に高品質なコーヒー生産の重要性を理解させ、生産者のモチベーションを上げることにつながっている。特筆すべきは、ニカラグアの輸出量全体での日本の購買量はわずかであるが、カップオブエクセレンスコーヒーに関しては日本が一番多くのロット数を落札していること。日本がニカラグアの高品質コーヒーをよく理解していると賛辞を贈っていた。

【まとめ】

中南米諸国の中でも経済的に恵まれていない国のひとつであるニカラグアは、その歴史の中で不遇な時代が長かった。そのため日本での知名度、評価が奮わないと思われる。現在でも政治的、経済的に不安定な要素は多いが、そのイメージを払拭するためにもコーヒー生産に対する期待は内外で非常に大きい。生産量拡大のポテンシャルも高いと思われるが、やはり量より質への転換を進めてさらに良質のコーヒーを我々に提供してくれることで、Win winの関係づくりをしていきたいと切に考えさせられるセミナーであった。

広報委員会 委員長
永田 卓

10月9日 (水) 12:45~14:45

Specialty Coffee Association

CVAの新情報



講師: Mr. Yannis Apostolopoulos SCA CEO

通訳: SCAJサステナビリティ委員会 副委員長

伊藤 亮太氏

昨年に引き続き、スペシャルティコーヒー協会(以下SCA)のコーヒーバリューアセスメント(以下CVA)について、進捗の報告とともに決まりつつある概要の説明があった。本セミナーは、CVAの策定における約2年間の中で、特に動きのあった昨年の活動に着目したものだった。

セミナーはまず、CVAの説明の前に、前提となるSCAの目的、パーパスおよびスペシャルティコーヒーの定義の再確認から始まった。

【SCAのパーパスとスペシャルティコーヒーの再定義】

<SCAのパーパス>

グローバルにおいてコーヒーコミュニティを育成し、活動を支援することでスペシャルティコーヒーを全バリューチェーンに還元し、公平で持続可能なサステナブルな活動にすること

CVAはこのパーパスと密接に関係しており、改めてこのパーパスに沿ってCVAの中核であるスペシャルティコーヒーの再定義を2021年に行っている。以前のスペシャルティコーヒーの定義はまだ未だ未完成なもので、生豆の格付け体系やカップングスコアのような具体的なものから抽象的な理想的主義などもあり、これらを整理してより測定しやすい

ものを含めて優良なものとするために、再定義を行った。

<2021年に更新されたスペシャルティコーヒーの定義>

スペシャルティコーヒーとは、コーヒーまたはコーヒー経験であって、明確な属性ゆえに認識され市場において高い価値を生ずるものをいう

定義はコーヒーを特別なものにする「属性」と「コーヒーやコーヒー経験に付加する価値」の両方を統合した概念となったが、ここで大事なのが市場における属性の価値とは何かということ。どの属性をどう評価するかは人によって異なるため、コーヒーの生産者やテイスターの評価と消費者の評価は一致しないこともある。この人々の評価の違いがそれぞれの市場を形成し、市場ごとに好まれる風味属性が異なると考えている。

【クオリティと属性】

スペシャルティコーヒーの考え方の中心にあるものであり、その概念に付いてまわる言葉に「クオリティ」がある。SCAはこのクオリティをコーヒーの属性群としてとらえ、その属性全体がそのコーヒーをたらしめていると考えている。他の属性としては、フレーバー、物理的特徴や等級やグレード、ローストカラーやサイズ、その生産者や農園や国の名前、認証などが挙げられる。

基本の考え方としては、属性が少ないものほどコモ

ディティコーヒー、明確な属性が多いほどスペシャルティコーヒーに区別されるが、昔のSCAとは違い、属性群を連続体でとらえるため、単純な線引きは行わないようにしている。例えば80点以上はスペシャルティ、未満はスペシャルティではない、という単純な考え方ではないケースもある。むしろその方が、グローバルなコーヒー市場での複雑で多様な性質をより正確に反映していくと考えている。こうした属性ベースの定義には、以下のようなさまざまなメリットがある。

メリット1

シンプルであるため、コーヒーとコーヒー体験の両方に適用でき、さまざまな形で応用可能。アラビカだけでなく、さまざまなコーヒーに適応可能。

メリット2

属性が測定可能なので、測定して研究することができる。

メリット3

属性が価値の基礎を構成することで、全てのコーヒー事業のプロフェッショナルにとって重要な指標となる。

これらのスペシャルティコーヒーの新しい定義を踏まえて、CVAそのものの話に戻る。

【CVAについて】

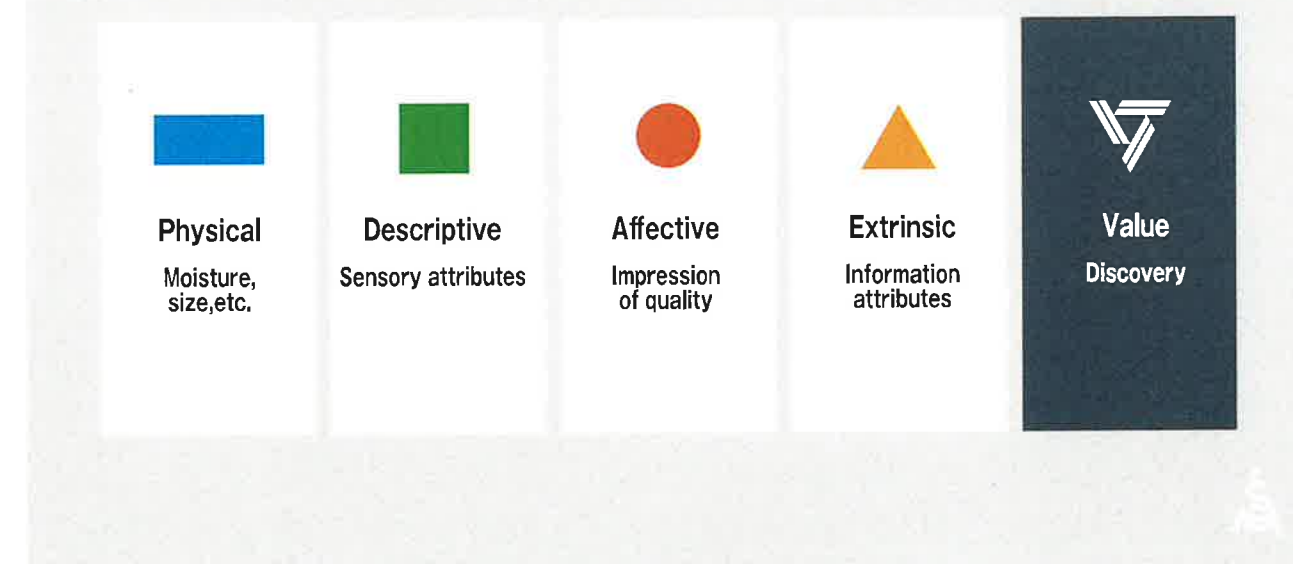
CVAは4つのタイプの評価指標から構成されている。この全ての評価カラーがそろえば価値発見ツールとして機能し、透明性の高いデータによって高く評価される属性が明らかになる。

- | | |
|---------------|--------|
| 1 Physical | 物理的な評価 |
| 2 Descriptive | 記述的な評価 |
| 3 Affective | 感性的な評価 |
| 4 Extrinsic | 外材的な評価 |

このCVAの特徴として以下の3点が上げられる。

- 1 高く評価されるコーヒーが個人ごとにどう違うか、より詳細に描き出してそこから市場の好みの傾向を導き出す。
- 2 スペシャルティコーヒーという氷上のターゲットだけではなく、複数の解釈の余地がある幅広いタイプのコーヒーへも価値体系を構築する。
- 3 他の業界でも使われている最先端の感覚科学の知見を取り入れている。以前の2004年のSCAの品質評価体系から20年経っており、その間に発展した科学技術を取り入れている。

The CVA Value Discovery Paradigm



CVAの評価指標

SCAでは、昨年の前半にコーヒー業界にCVAのプロトタイプを広く公開し、1年間データテストを繰り返してきた。そして今年、評価、品質プロトコルとしてCVAを正式に採択することになった。CVAを構成するものとして正式な規格は順次採択され、2024年現在では以下の3つが採択されている。

- ・サンプルの準備とテイスティングと仕組み
- ・カップpingにおける記述的な評価
- ・カップpingにおける感性的な評価

そして以下の3つは来年以降に順次規格化を予定している。

- ・定義付けと語彙
- ・外在的な評価
- ・システム運用

【CVAのトレーニングについて】

新しく規格化されたCVAの評価システムの運用に向けてトレーナーの育成を進めており、ライセンスを保有しているトレーナーが20人になった。公式セミナーも開催し、680人が参加、そのうち525人が合格して認定書を授与された。認定者のいる国は25カ国、そのうち生産国が12カ国で、人数に換算すると生産国の人には60%になる。日本でも2023年10月にCVAの座学と実技のセミナーが

行われ、その際4名が認定書の出ないセミナー講師として登録されている。2024年5月にはすでに、この4名の講師による日本でのセミナーも実施されている。

【CVAリザルツバンクの試み】

このCVAを通じて「CVAリザルツバンク」という新たな試みを行っている。これはCVAの評価データとは別に、消費者を含む市場のデータを収集したマーケティングデータとして活用できる。将来的にはCVAを通じて評価されたコーヒーに対する市場の好み、価値判断が反映されるようになる。

- ・どのコーヒーがどの属性を有しているのか
- ・その属性はどこでだれが高く評価しているのか
- ・高評価のコーヒーに与える属性は何か
- ・特定の市場により好まれる属性は何か

「CVAリザルツバンク」はこういった声に応えることができる。

【CVAリザルツバンクの概念図】

図の左にあるカップパーやコーヒー企業からAPPを通して、CVAの評価結果を登録していく。また、データの蓄積されるシステムのインターフェースとしてAPIを利用し、幅広い人に使いやすいように構築されている。

すでにクロックスター、テイスティファイなどのAPPがあり、SCA共通のデータベースにアクセスできるようになっている。登録された結果は相互比較が可能で、利用する人が増えれば増えるほどより精度の高いデータとなるため、グローバルで活用できるリサーチデータとなる。OPENAPIの使用に合わせてもらえば、誰でもインターフェースとなるAPPの作成ができ、多くの人が利用できる仕様にもなっている。

【CVAリザルツバンクによる研究】

CVAのプロジェクトとして研究者にCVAリザルツバンクの利用を推進しており、いくつかの研究結果が上がっている。また、現在の感覚科学、消費者科学を用いて設計されたCVAは、2004年に開発されたカップpingフォームよりバージョンアップされている。厳密なテストを行った結果、CVAから得られるデータはカップpingスコアよりも格段に有用であるということが明らかになった。学術分野の研究者はすでにCVAへの移行を進めている。

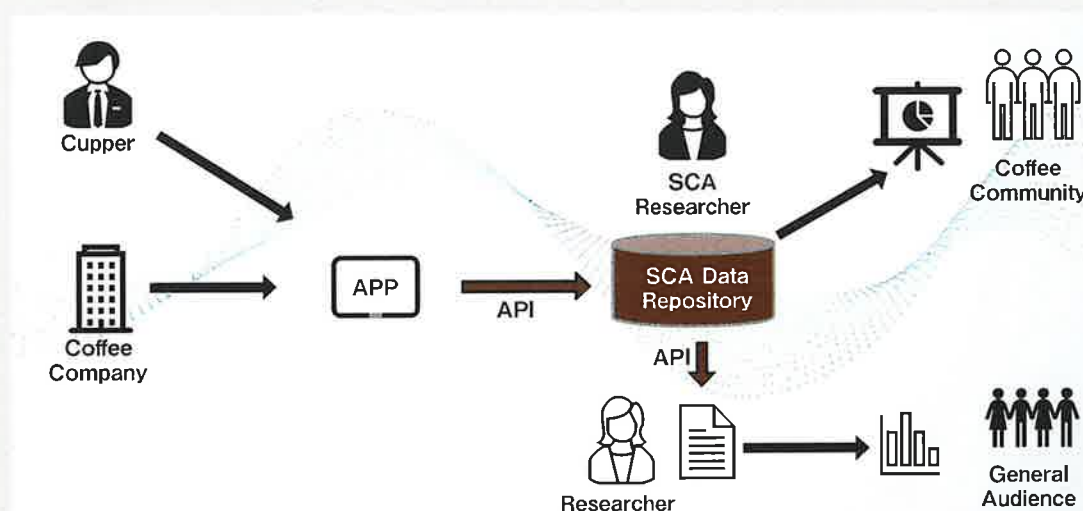
【CVAが目指す未来】

CVAが生み出すコーヒーの未来としては、コーヒーにおける価値を測定することができ、それがいつのようどこで発生したか、そしてそれがどこでどのようにコーヒー体験として評価されたのかがわかるということ。すなわち、そのコーヒーの価値を必要とする市場に提供していけば、コーヒーの資源を世界に公平に分配できるため、コーヒーの資源を保全し、コーヒー産業の未来を守っていくことにつながっていくと考えている。

広報委員会
乾 智彦



Concept of the CVA Results Bank



CVAリザルツバンクの概念図

10月9日（水）13:00～14:30

BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association)

テイスト・オブ・ハーベスト・ブラジル



昨年はセミナー内で感謝状の贈呈が行われるなど、SCAJ——とりわけ林 秀豪氏との関わりが深いBSCA。今年もセミナーが開催され、BSCA会長兼専務理事によるブラジル国内のコーヒー生産状況の報告や、テイスト・オブ・ハーベストの品評会に出品された28種のコーヒーのカッピングが行われた。

【テイスト・オブ・ハーベストとBSCA認証】

セミナーのタイトルにもなっている「テイスト・オブ・ハーベスト」とは、BSCAが主催しているスペシャルティコーヒーの品評会。認証には、生産への取り組みや品質を評価する「Good Practice」、「Quality in the Blend」に加え、特に人権保護やサステナビリティの基準を満たしたものに付けられる「Certified State」の3種類がある。このカテゴリーから、協会が品質と生産性の向上のみならず、持続可能な生産・労働環境にも注力していることがわかる。

【プレゼンテーション：2024年の生産状況について】

ブラジル国内で現在稼働しているコーヒー農園の面積は190万haであり、昨年と比べて0.4%増えている。しかし農地の拡大に反して、今年の収穫量は昨年比で-0.5%、生産量平均は昨年比-1.9%が予想されており、収穫量は現状5,480万袋、生産量の平均は28.8袋/haを見込んで

いる。これには気候が影響しており、とりわけ生産者たちに打撃を与えたのが「雨量」である。

一方で、降水量をはじめとした厳しい気候による生産量減少こそあったものの、「コーヒーそのものの品質は低下しておらず、高品質なコーヒーを作ることができた」とブラジルのコーヒー生産者たちは誇りを持っている。さらに、今年は3,200万袋を超える最大の輸出量を記録する見込みもあるとのこと。

今後も高品質なコーヒーを提供し続けるため、そしてより品質を向上させるためにも、協会は「COEのバイヤーコミュニティは、新たなパートナーも見つながら協業していくことが必要」だと考えている。



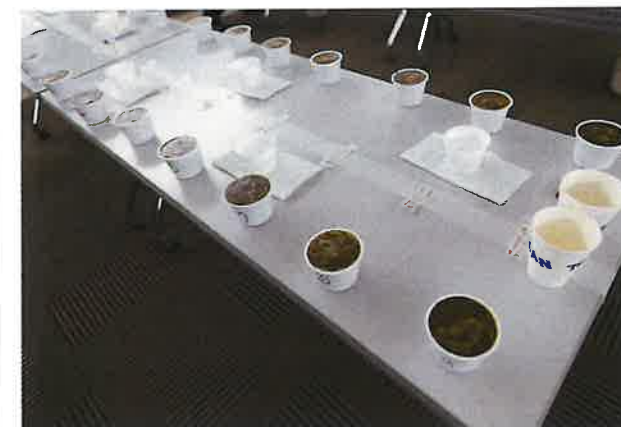
【カッピング】

今回、本セミナーにおいて紹介されたコーヒーは28種。これらはもちろん、全てBSCAの認証を受けたものである。なお、時間の関係でドライの確認はなかった。

今年はナチュラルプロセスのものが多めで、爽やかな酸味が強く残るものや、しっかりとした苦みを堪能できるものなど、さまざまな農園で栽培された多様な風味のコーヒーが並んだ。どのコーヒーも個性と複雑な味わいが楽しめる一方で、例年よりクセの強いコーヒーが少なかったのも特徴のひとつだと思う。ブラジルに限らず、必ずしも「万人受けするコーヒーが正解」という訳ではないが、おいしさだけでなく飲みやすさの面からも生産者による不断の努力を感じ取ることができた。

コーヒーの香りに満たされたセミナールームでは、受講者たちが個性あふれるコーヒーをカッピングしつつ生産者たちとの交流も楽しんでおり、和やかなムードが漂っていた。

広報委員会
若岡 桃子



10月9日 (水) 15:00~16:30
コロンビアコーヒー

コロンビアコーヒー最新情報：コロンビアコーヒー産地からの変革、付加価値、そしてサステナビリティへの歩みについて



『コロンビアコーヒーに付加価値を与え、品質、変革、持続可能性を高める。』をテーマにしたコロンビア生産国セミナーは、4つの項目に分けて進められた。

【1、コロンビアコーヒーの生産状況】

ブラジルの悪天候やベトナムのサプライチェーンの問題などがある中で、コロンビアの生産状況は好調である。2022/23はラニーニャの影響で雨が降り続けマイナスとなっていたが、一転して2024は12月の見通しで1,350万袋。これは前年比約120%の伸び率になっていて、過去3年間で最も良い結果となっている。それに伴い輸出も堅調である。

【2、付加価値の取り組み】

コロンビアコーヒーの価値観をさらに構築するため、新たな品種の開発と、各県に大規模なウェットミルの設置を進めている。

<新品種カスティージョ2.0の開発>

生産性の向上と気候変動に強く、さらに高品質であることを求めた新品種「カスティージョ2.0」が開発された。今から23年前にはカスティージョ2.0の前身となるカスティージョ1.0が開発されたが、それから研究を重ねて

誕生したのが、以下の要件を満たすカスティージョ2.0である。

- ・コロンビアは基本的に手摘みなので、木のサイズは中規模。
- ・コロンビアの気候に適応できる。
- ・さび病への耐久性。
- ・CBD(Coffee Berry Disease)への耐久性。

そんなカスティージョ2.0の風味特性については、以下の通り。

- ・香り高いアロマとフレグランス
- ・ミディアム～ハイ・アシディティ(酸)
- ・ミディアムボディ
- ・フレーバーノート：ハチミツ、ナッツ、糖蜜、シュガー

<ウェットミリング・ファシリティーズの強化>

コロンビアでは農家ごとに小さなウェットミルで精製まで行っていたが、FNCではコロンビアの各県ごとに大規模なウェットミルを導入していく方針だ。

この利点は以下の通り。

a)社会的面

一括で精製まで行うので生産者はコーヒー栽培に集中でき、生活にゆとりが生まれ、家族で過ごす時間ができる。

b)環境面

まとめて行うことにより環境保全に対する配慮ができ、水の消費量を60～90%に抑えられる。

c)経済面

品質の一貫性を実現できる上、水、エネルギー、メンテナンスなどのコストを約60%削減することにつながる。

現在ウェットミリング・ファシリティーズはアンティオキア県、ウィラ県、リサルダ県、キンディオ県で導入されているが、将来的には各県に設置していく予定である。

【3、森林破壊のないコーヒーとEUDR(欧州森林破壊防止規則)】

EUDRなど世界的な環境保全への取り組みへの対策として、コロンビアでは全生産者のデータがSICAで管理されている。そのデータとは農園の設立日、生産能力などの農園情報、生産者や労働者情報である。SICAで管理をすれば、森林破壊がないことの証明が可能。現在はコロンビアの総生産量の4割がクリアしており、将来的に増やしていく予定だ。

【4、再生農業とCO₂排出削減】

土壌の健康、水のケア、気候変動への適応と緩和、生物多様性と生態系のサービス、生態系と回復力のある生活の5つプログラムから進めており、これによって約20%の



CO₂排出削減が可能である。日本企業と共に取り組んでいる事例もあり、今後も生産国と消費国で一緒に考えながら継続していきたい。

本セミナーの中核の一つである、新しい品種カスティージョ2.0のフリーウォッシュドとハニープロセスのテイスティングもでき、品質面と環境面に重きを置くコロンビアの現状がよくわかったセミナーだった。

広報委員会
堀内 隆志



10月9日(水) 15:00~16:30/10月10日(木) 15:00~16:30

海ノ向こうコーヒー

・ Uminomukou Coffee Seminar ~ Our project in Laos ~

・ Co-NECT Meet-up



"UMINOMUKOU TEA"の文字を掲げた小屋、そこから出てくるのは3種類のお茶。コーヒーは一粒たりともなし。

今年の海ノ向こうコーヒーのブースでは、新たに取り扱いを開始したネパールのお茶のお披露目をいたしました。

そして例年ブース内で実施していた生産者セミナーを、今年はセミナールームにて開催。コーヒーのお話はすべてセミナーに集結させての出席でした。

「あたらしい循環」というテーマと共にブースに大きく掲げたインパクトのあるビジュアルは、木の年輪をイメージしたもの。年を経るごとにその層を重ねていく年輪のように、私たちの活動も2016年の立ち上げ以来、世界各国の生産者さんや日本各地のロースターさんたちとのつながりを広げてきました。そして、ここからまたあたらしい挑戦を続けていくことで、さらに太く年輪を重ねていきたい、そんな想いを込めたテーマです。

今年はブースと並行して、2つのセミナーを開催しました。

「コーヒーの続きを、一緒につくる。」という海ノ向こうコーヒーのOur Goalを表すような、これまで一緒に歩んできた、生産者さんや彼らの生豆を選んでくださるロースターの皆さまとのつながりを実感できる場であったと振り返っています。

〈10月9日開催 Uminomukou Coffee seminar ~Our project in Laos~〉

私たちが2023年から取り組む「COFFEE-JAPAN Project」はまさにコーヒーの続き、コーヒーのカップの向こう側にある未来をつくっていくプロジェクト。1日目開催の「Uminomukou Coffee seminar ~Our project in Laos~」では、このプロジェクトのプレーヤーである、ラオスの現地パートナーサフロンコーヒーのトッドさんとショーンさん、WFP国連世界食糧計画(国連WFP)の田才さん、そして海ノ向こうコーヒーの3者が集まり、ラオスでの活動の意義やその現状をお話しました。



サフロンコーヒーと海ノ向こうコーヒーは農家さんへの栽培指導を行い、より品質の高いコーヒーをつくる支援をしています。そしてWFPは、農家さんたちがコーヒーによる収入を糧に、食事や生活環境を整えられるよう、栄養教室などを開催し、栄養状態改善のためのサポートを行っています。この活動を持続するために、彼らがつくるラオスコーヒーを日本でプロモーションし、販売していくのが海ノ向こうコーヒーの役割です。

サフロンコーヒーのトッドさんとショーンさんは、ラオスの産地、そして農家さんたちの写真をふんだんに盛り込みプレゼンテーションしてくださいました。特にインパクトがあったのは、焼畑の行われた森の写真。画面の中央を境に、左半分は木々が倒れている一方、右側には背の高い木が茂り、その下にコーヒーの木が植えられているのです。「コーヒーが植えられていたから、むやみに焼かれずに済んだんです。」とショーンさんは話します。森があるからコーヒーが育ち、コーヒーがあるから森が守られている。そんな相互作用を目にして、アグロフォレストリーの手法が意義あるものとして認識されていることが感じられました。

「プロジェクト対象地域の人々にはそもそも『栄養』という概念がありません。そういった人々に対して、健康的な生活のために必要な食事のあり方を指導していく必要があるのです。」

田才さんのお話しの通り、収入を得ることがゴールではなく、その後の生活にどう活かしていくのかを見据えながら、支援する必要があるのが産地の実情です。

私たちも、これまで産地に赴く中で、アグロフォレストリーを取り入れた栽培指導とそこで収穫されたコーヒーを仕入れることには取り組んできましたが、それによって生み出された収入をどのように彼らの暮らしに役立てるのか、ということまでは力及ばずだった面がありました。だからこそ、コーヒーをつくるだけでは行き届かなかった生活改善にはWFPの力を。

そのための収入源となるコーヒー栽培にはサフロンコーヒーと海ノ向こうコーヒーの力を。

立場の異なる3者が組む意味はここにあるのだと考えています。

「コーヒーはおいしいだけでなく、良いものでなければなりません。」サフロンコーヒーの掲げるモットーに、会場の方々が深く頷いていた光景には胸が熱くなるものがありました。

このプロジェクトはちょうど折り返し地点。現在、ラオスではこれから迎える収穫期にむけて、対象地域に簡易加工場を建設しています。そして来年にはさらに8万本の苗木の配布を予定しています。各家庭の栄養面のサポートを行っているWFPの活動についても、生活改善に関わるワークショップや調理教室を継続中で、今後もモニタリングなどを通してサポートを行っていきます。

〈10月10日開催 Co-NECT Meet up〉

2日目のセミナーでは、インドネシア、インド、ネパール、イエメン、東ティモールの5か国の生産者パートナーに登壇いただき、パネルディスカッションと各地のコーヒーの飲み比べを実施。コーヒー産地と一口に言っても、地域が変わればその環境や栽培方法は異なります。生産国ごとの生豆の見た目や味、価格の違いも、その違いが生まれてくる背景を知ること、コーヒーという農作物の多様性をもっとおもしろがってもらえたら、そして、一つの場に集まって会話を交わすことで産地をより身近に感じてもらえたら、という想いで開催しました。

正直なところ、本セミナーはかなり欲張った内容・構成で時間が不足していたと反省しています。お呼びした生産者さんたちが意見を交わし合う時間を十分に与えず、飲み比べの時間も短くなってしまいましたこと、この場を借りてお詫び申し上げます。

ディスカッションは「品質向上や維持のための取り組みを教えてください」というテーマで展開しました。

インドネシアでは、島ごとの気候風土や現地の生活や文化に合わせた生産の工夫を行い、バラエティに富んだコーヒーを扱っているし、インドではロブスタ種の品質向上に尽力している。東ティモールでは、コーヒー関係者による組合が、マーケティングをおこない、バイヤーのニーズを農家さんたちへ伝え、栽培指導やバリスタの育成までおこなっている。現代の課題に向き合いながら、伝統的なコーヒー生産を守るイエメンの生産者がいれば、コーヒー生産の歴史が浅い中、農家さんへの地道な教育に努めるネパールの生産者もいる。



プレゼンターである生産者さん自身が、他の産地のお話を聞きながら深く頷いたり、驚いた表情を見せていたことも印象的でした。

「赤いチェリーだけを収穫するようにピッカーたちに指導するんだ」と話すインドのパバンさんのように、収穫の過程における指導や工夫が聞かれた一方で、「バリ人はお祭り好きだから全然働いてくれなくて、そもそも働き手の確保が大変なんだよ」と話すインドネシアのジョハンさん、といった具合に、良いコーヒーをつくるための課題は国によって様々。今回、こうして彼らが並んで話してくれたことによって、コーヒーの品質を決める要素の多様性にあらためて目を向けることができた気がしています。

コーヒーという共通点を通して、異なる国、異なる立場の人たちが集まり考え、刺激し合い、語り合うことができる。これもまた「コーヒー」というものの、おもしろさの1つなのではないでしょうか。

彼らのコーヒーが各地で辿ってきた道に想いを馳せ、彼らと共にコーヒーを飲む。そんな体験を通じて、少しでも産地を身近に感じていただけたら幸いです。

少しだけブースのお話も。提供したのは、ネパールイラムのお茶3種類。緑茶、紅茶、ウーロン茶と、3つのティーファクトリーがそれぞれ一番得意とする製法のお茶をピックアップしています。

今回お茶の取り扱いを始めたのも、単にお茶を売りたいからという理由ではありません。コーヒーの産地に赴く中で出会ったそこに生きる人々の暮らしや文化、普段は想像することが難しい海の向こうの世界を、よりリアリティをもって伝えていきたい。そんな想いのもと、ネパールという国を語るには欠かせない「お茶」を取り上げました。

ある意味「たまたまお茶だった」ということもできるかもしれませんが。タイミングが違えば、扱っていたのはインドの



スパイスだったかもしれないし、インドネシアのカカオだったかもしれない。コーヒーだけにとどまらない、産地とそこにある生活・風景・文化を伝えるための手段。私たちの取り扱うモノは、産地と日本の皆さまをつなぐ「メディア」であると考えています。

今回のセミナーや新商品のお茶の紹介は、海の向こう側にある産地の自然や社会、人々の暮らしに目を向けること、延いては「遠くに想いを馳せる想像力を」という私たちのコンセプトを再認識する機会にもなったと感じています。「産地や生産者さんのストーリーを伝えるために、私たちには何ができるのか?」

問い続けながら、皆さまをワクワクさせるものごとを届けられるように。

コーヒーを通じてつながる輪をこれからも広げるべく、これからも世界中のコーヒーラバーの皆さまと共に歩んでいきたいと思います。

株式会社坂ノ途中 海ノ向こうコーヒー事業部
山藤 優花



10月10日 (木) 9:00~10:00

IWCA日本支部

IWCA朝食会



今年もSCAJ2日目の開場前に、IWCA朝食会が開催された。今年の参加者は15名で、国内でコーヒーに携わる方、海外の生産者やIWCA支部の方に加えて、IWCAのグローバル理事も臨席。参加者たちは、淹れたてのコーヒーとバラエティ豊かなシェ・リュイのパンを楽しみながら、グローバル理事であるBeth Spong氏のプレゼンを真剣なまなざしで聞いていた。

【DEAN'S BEANS chief executive officer
IWCAグローバル理事 Beth Spong氏プレゼン：
IWCAの活動について】

〈IWCAの起こり〉

IWCAは昨年設立20周年を迎え、コーヒー発祥の地であるエチオピアで記念パーティーが開かれた。設立当時、コーヒー業界は男性有利な社会であり、女性は圧倒的少数派、そして立場が軽んじられがちでもあった。そんな女性たちの「私たちがひとつになることで、できることはないだろうか」という思いのもと、21年前に生まれたのがIWCAである。

現在、IWCAには世界中の生産国・消費国合わせて35の支部があり、今後新たに5つの支部が立ち上がる予定もある。会員数は、全支部合わせて1万6,000名。各々が先進的な取り組みをすることで、コミュニティにインパクトを与えたり、業界を引っ張っていったりとできると信じ、活動を続けている。

〈組織について〉

いわゆる「重役」とされているのはボードメンバーの方々だが、現会員はもちろん、長年支援してくださっているアンバサダー、かつて会員だった方、寄付をしてくださったことがある方のことも大切に思っている。IWCAでは、こうした人たちのことを「IWCAフレンド」と呼んでおり、本当にいろいろな方のご支援・ご協力によって組織が成り立っていると日々感じている。現在、IWCAのトップはブランカ・カストロ氏というグアテマラ出身の女性だが、彼女は長年にわたってラテンアメリカと他の地域とをつなぐ役割を担ってきた。ラテンアメリカだけでなく中東、アジアといった他の地域でも、彼女のようにつながりを生み出すコーディネーターをアサインすることも計画している。





〈コーヒー業界の女性たちが抱える課題と、解決に向けての取り組み〉

以前、IWCAの女性会員たちに業界内での課題を聞いたことがある。その中で多く聞かれたのが「女性がやるには重労働すぎる」「企業のリーダーポジションに就く人が少ない」「仕事以前に、家庭でやるのが非常に多い」というものだった。このような女性特有の身体的・社会的な課題は、「男性よりも収入が低くなってしまふ」という深刻な問題を生む。ゆえに、女性がオーナーシップを持つことは非常に難しいこととされているのである。

そこで、IWCAとしてはこうした課題を可視化することで、何か支援ができないかと考えた。可視化した上で、最終的な目標（例えば、労働面、収入面、オーナーシップ面）を定め、ネットワークを駆使しつつ女性たちに必要なサポートをするのである。こうした「目に見える形での直接的な支援を行う」のは言うまでもないが、そもそも女性生産者は「得られる情報が限られてしまっている」という状況にあることも少なくはない。そのような場合もIWCAがサポートすることで、彼女たちが必要な情報にアクセスできるようにしている。加えて、女性生産者向けに「どうすれば生産物が売れるのか」という基礎的なことをはじめ、直接取引ができるようなトレーニングプログラムも提供。このような情報・知識を得ることは「リーダーシップのトレーニング」にもつながっていくため、非常に重要である。そして、リーダーシップを持った女性をより多く育成するためには、SCAJ、SCAのような組織とパートナーシップを結び、ご支援・ご協力をいただくことも必要になってくる。

また、IWCAでは「課題の可視化」のみならず「市場における女性の可視化」も視野に入れている。つまり「IWCAはこんなことをしている」「この農園・生産地には女性生産者が存在する」などといった情報を示すのである。これに関して、昨日ちょうど面白いことがあったので紹介したい。会場内のブースに私が立っていると、とある国の方が来て素直な目でこう言った。「どうして女性を



支援する必要があるのですか?」と。このことからわかるように、「女性をサポートすること」の重要性を理解していない人は、今でも世界にたくさんいる。だからこそ私たちは、会員の皆さんの声を定期的に聞くようにしているのである。集まったご意見や困りごとを基にプログラムを開発し、より業界にインパクトを与えられるよう、今後も活動を進めていきたい。

最後に、ハフィントンポストの創始者であるアリアナ・ハフィントン氏の言葉をご紹介します。私の話を終えたいと思う。

Look around where you are; see what you can do to change the definition of success. So woman coming after you won't feel like they have to choose between success and burnout.

（あなたがいる場所を見回してください。そして成功の定義を変えるために何ができるかを見てみましょう。そうすれば、あなたに続く女性が「成功か燃え尽き症候群か、どちらかを選ばなくてはならない」と感じることはなくなるでしょう）

プレゼンが終わると、生産国であるウガンダの様子や、昨年エチオピアで開催された記念集会の様子が映像で流れ、記念集会の映像に登場したエチオピア理事のご紹介もあった。

【参加者の感想・意見】

・Sarah Nayeon Kimさん (FOOSUNG CORPORATION CEO, IWCA韓国支部 支部長):

組織についてのお話があり、IWCAへの理解がより深まった。また、「課題に耳を傾けて戦略を組み立てる」という手法も非常に明快だと感じた。そしてIWCA自体は20年以上の歴史があるが、私の支部は3年前にできたばかりということもあり、他の支部との交流もまだ少ない。だから

こそ、各支部同士でつながり合う機会をもっと増やしたいと思っている。加えて、各国にあるIWCAには、支部として独立しているものもあれば、一般社団法人やNPOのような組織の中の下部組織として存在しているものなど、さまざまな形態があると思う。仮にどこかの地域にIWCAを支援してくれている企業があった場合、そしてその企業が多国籍企業だった場合には、その企業が存在する国のIWCA支部全てに支援をお願いする、ということなどもできるのかなと思った。情報共有によって、もっと支援者、パートナーシップの輪が広がれば良いと考えている。

・鈴木 ちひろさん ((一社) VIVATIM 代表理事): 初めて朝食会へ参加させていただいたが、本当に素晴らしい活動をされているんだと改めて思った。特に、プレゼンにもあった「女性の立場が軽く見られがち」というのは私自身も思うところがある。女性にも子育てをはじめとするたくさんの苦労があるのに、不公平な世の中だとも感じる。こうしたことは世界中にあるんだと実感し、共感もしたので、今日この場にいられて本当に良かった。

・橋本 敬子さん (自家焙煎コーヒー豆店 豆dio): 私は一般消費者と接する機会の多い小売店で働いているため、コーヒーの価格高騰についてお客さまに理解していただくのが難しいと日々感じている。仕入れコストなども



上がっており、値上げについて伝える難しさはあるが、「小さいことでもお客さまにうまく伝えられればいいな」とこの場に参加して感じた。

例年以上に世界各国からさまざまな職種の方の参加があり、グローバル理事や男性参加者の姿も見えるなど、人数も多めで開催された今回の朝食会。世界的な組織であるIWCAの活動について改めて知りつつ、初めて会う方同士で交流を深めている光景もあり、朝から平和な雰囲気にも満たされながらお開きとなった。

広報委員会
若岡 桃子



▲Beth Spong氏から参加者に、自社のステッカーのプレゼントもあった。

10月10日 (木) 11:00~12:30
Café de Colombia

カップリングセミナー：コロンビア産スペシャルティコーヒーの 公開カップリングセミナー



SCAJ2日目に行われたCafé de Colombia主催のセミナーは、セミナータイトル通りカップリングをメインとしたものであった。司会進行はFNCコロンビアコーヒー生産者連合会 東京事務局のサンティアゴ・サボガル(Santiago Sabogal)氏。サボガル氏はグリーンコーヒーマネージャーとして勤務しており、アジア向けの営業にも携わっている。

セミナーの構成は、この日のためにコーヒーのサンプルを提供してくださった7社の紹介があった後、セミナールーム後方に並んだ7社24種のコーヒーをカップリングする形式。各企業による説明と、提供されたコーヒーおよびその風味特性は以下の通りである。

【Finca El Paraiso】

Finca El Paraisoは、コロンビア南西部に位置するカウカ県にある農園で、家族でスペシャルティコーヒーを栽培している。根底には「品質の高いコーヒーを栽培できるのは、日本をはじめとする多くのパートナーのおかげ。だからこそ、その期待に応えたい」という想いがあるため、「コーヒーを通じてイノベーションを起こしたり、社会的なインパクトを残したりしたいのはもちろんだが、何よりもうれしいのは、パートナーを含め、コミュニティの皆さんの役に立てることだ」と語った。

コーヒー：Lychee、Antimaceration、Castillo、Zero Coffee、Da vida 2

風味特性：味わいそのものを示すようなLycheeをはじめ、果実のような甘さやフローラルな香りが感じられるコーヒーが多く見られた。

【amativo社】

コロンビア北西部にあるアンティオキア州の州都、メデリンにある会社。アジア圏(特に中国・韓国)を中心に、スペシャルティコーヒーの販売を行っている。今回は、コロンビアの伝統的な製法として知られるウォッシュドから、アンティグア、エヘ・カフエテロのような革新的な方法を用いたエリアのものまで、幅広いラインナップを持って来られていた。

コーヒー：Botanic Geisha、Puerto Alto、Fruit Daiquiri、Black Pearl、Pina Colada
風味特性：珍しいコーヒーが多く、カクテルの名前を冠したコーヒーもいくつかあった。華やかな酸が感じられるものや、カカオのような風味が楽しめるもの等、非常に個性的なラインナップだった。

【CANASTO】

小規模農家の人たちが作る、マイクロロットのコーヒーをメインに取り扱っている輸出業者。扱うコーヒーの性質上、非常に希少価値が高いものが多くそろっている。そんなCANASTOが掲げている理念は「マイクロロットのロースターさんに、素晴らしいコーヒーを届ける」というもの。コーヒーの輸出業以外に、ホンジュラスのエンジニアの支援を得ながらサステナビリティに関するプロジェクトも行い、小規模農家の未来を守ることに注力している。

コーヒー：Dionel Chilito、Misiones Sudan Rume
風味特性：ジューシーな風味が残るDionel Chilitoと、競技会でも注目されている品種を使ったMisiones Sudan Rumeの個性的な2種。マイクロロットの取り扱いが

メインの企業だからこそ紹介できる、珍しいコーヒーが楽しめた。

【lohas beans】

厳選したコロンビアのスペシャルティコーヒーおよびオーガニックコーヒーを輸入・販売しており、小ロットからでも対応可能。ちなみに、今年のWBCでチャンピオンになったインドネシア代表の選手が競技中に使用していた豆はlohas beansのものである。

コーヒー：Java Natural、Pacamara Natural、SL 28 Washed、Aji Bourbon Natural
風味特性：全体的に、フルーツのフレーバーが強く感じられるものが多め。ベリー系、トロピカルフルーツ系、柑橘系など、多様な味わいが堪能できた。

【PROCAAL】

コロンビアの南にあるナリーニョのコーヒーを取り扱っている企業。このナリーニョは国内でも標高が高いエリアで、最大標高は2,300mにもなる。こうした背景もあり、社名は「標高の高いコーヒーの促進者」を意味している。大規模農家から小規模農家までさまざまな農家の豆を取り扱っているが、「規模に関わらず、農家の人たちの努力によって生まれた多様なコーヒーを提供できることが、社員にとっての喜びだ」と語った。

コーヒー：La Bohemia Geisha washed、El Paraiso Caturra natural、Aponte Caturra honey、El Obraje Geisha washed
風味特性：ゲイシャとカトゥーラの2種に絞ったラインナップ。複雑な甘さを持っており、標高の高さもコーヒーの個性につながっていることが感じられた。

【CRAFT by FNC】

「コーヒー農家の人たちとロースターが長期的な関係を築けるように、サポートすること」をミッションに掲げて、コロンビア全土の大小さまざまな規模の農家のために尽力している。ミッションを達成するために、農家の人とロースター間のコミュニケーション促進を目的として、双方の絆をつなげる活動も積極的に行っている。小ロットから大ロットまで対応でき、州や生産者グループを限定したコーヒーの販売も可能。「今回は、日本の厳しい市場にも対応できるような高品質なコーヒーを持ってきた」と自信を見せていた。

コーヒー：El Diamante Washed、Buenos Aires Washed、El Curruso Washed、Aponte Village Washed
風味特性：花のような香りと甘さを持つコーヒーが中心。上品な風味が楽しめるコーヒーが多く見られた。

【DA VIDA】

コロンビアで107年の歴史を持つ農園と取引がある。この農園および輸出会社は、コロンビア中央あたりに位置するキンディオ県にあり、日本法人・倉庫があるのは愛知県の長久手市。社名の「DA VIDA」とは、スペイン語で「人生を変える」という意味があり、元々は「生産者から消費者まで全ての人の人生を変えるような行動を起こす」という目的で始まったプロジェクトである。

また、フェアトレードやダイレクトトレードにも力を入れており、日本の大学でも講義を行っている。今回はエコシステム、サステナブルな面を満たすコーヒーと、有名な農園のコーヒーを持ってきていた。自社のコーヒーについては「持続可能な生産への注力はもちろん、豆のクオリティも確かなものだ」と紹介していた。

コーヒー：Sudus Sidra natural、Sudus papaya natural、Peach、Ethiopia Heirloom、Jesus Bedoya Red bourbon
風味特性：甘く奥深い味わいのものが多め。Peach、papaya(パパイア)のように、フルーツの名前が直接入っているものや、エチオピアの原生種も並んでいた。

7社が本セミナーのために持ってきたコーヒーは、フルーツ系の風味や花のような香りが感じられるものが多く、コロンビアで取れたコーヒーの個性を存分に体感することができた。また、品質の高さだけでなくサステナブルな取り組みやフェアトレードにも力を入れている企業や、マイクロロットのロースター、小規模農家の支援に注力している企業も多い。「パートナーの期待に応えたい」という話も出ていたが、消費国である日本でも生産物に期待を寄せつつ、持続可能な取り組みへの支援について共に考えていかなければならないと改めて感じられるセミナーであった。

広報委員会
若岡 桃子



10月10日 (木) 11:00~12:30

Exclusive Coffees S.A.

Costa Rica Specialty Coffees Report on Sustainability and Tasting of the best Boutique lots 23.24



【来日生産者名 / 会社名(マイクロミル名)】

- ・Francisco Mena / Exclusive Coffee
- ・Fernanda Calderón / Los Ángeles
- ・Diego Abarca / Los Ángeles

コスタリカの輸出業者Exclusive Coffeesによるセミナーが10月10日(木)に開かれた。今年もプレゼンターは、同社の社長兼生産者でもあるフランシスコ・メナ氏。彼は毎年SCAJと日本のパートナー訪問のために生産者と共に来日され、コスタリカのマイクロミルを取りまとめる重要人物の一人である。そんな同氏が、今年はCOEでも上位常連、直近の2024年COE(カップオブエクセレンス)のハニーカテゴリーで優勝を果たしたDon Cayitoでお馴染みのLos Ángelesマイクロミルから2名を引き連れて来日され、プレゼンテーションを行った。テーマは、「安定的でサステイナブルなコーヒーオリジン・コスタリカ」であった。

【1. 概要】

Exclusive Coffeesでは、社会的、環境的、経済的影響における持続可能な発展を目指して、16年間にわたり継続的なコミットメントを行ってきた。コスタリカ国内の法律や規制に基づき、各ステークホルダーが持続可能性を実現するための実践を今日も行っているとのことである。

【2. 詳細】

法的背景

1962年に制定された法第2762号に基づき、コーヒーの生産、加工、輸出、焙煎に至る全ての段階で、社会、労働、環境、品質管理に関する規制が適用されている。これにより、業界全体での持続可能性の保証が確立されているようだ。

主な取り組みとして、以下の9つが紹介された。

- ①コーヒー収穫者に対する補償
 - ・健康保険および労災保険の提供(2020年以降)。

- ・2023/24年の収穫期では、30,000人以上の労働者が緊急医療サービスを受けられる体制を整備。

②Casas de la Alegría プロジェクト

- ・41カ所のデイケアセンターで、2,000人以上の子どもに栄養、教育、ケアを提供。

③ジェンダーポリシー

- ・女性の参加を促進する男女平等プログラムを実施。

④最良農業慣行

- ・アグロフォレストリーなどの技術的推奨を活用し、生産性向上や土壌の回復、CO₂の吸収を実現。
- ・小規模生産者への追加収入源の提供。

⑤CO₂排出量の削減

- ・NAMA CAFEプログラムにより75,825トンのCO₂eを削減。

⑥サステナビリティ賞および基準

- ・エコロジカルブルーフラッグやカーボンニュートラルプログラムの取得に向けた取り組み。

⑦欧州グリーンディールへの準拠

- ・トレーサビリティシステムを導入し、「森林破壊のないコーヒー」の輸出を実現。

⑧CR CAFÉツール(ウェブアプリケーション)

- ・農園向け推奨事項やGHGインベントリの作成を支援するデジタルツールを提供。

⑨コーヒー豆の分配

- ・最終販売価格の79.5%を生産部門に分配し、公平な収益分配を確保。

【3. まとめ】

コスタリカでは、サステナビリティを重視した取り組みを多面的に実施している。これにより、国内外のコーヒー



市場での競争力を高め、業界全体の共同努力を促進しているとのことである。今後もこれらの取り組みを深化させ、コーヒーの品質だけでなく、社会的、経済的、環境的影響をもさらに改善していきたいと述べられた。

その後はLos ÁngelesのコーヒーをはじめとするExclusive Coffees社が取り扱うTop of Topのロットが試飲提供され、生産者と来場者で意見交換、写真を撮るなどして交流を深めた。同じ地域からの農園別ゲイシャ品種の味の違いを楽しむ一方、コスタリカのケニア品種のさらなる可能性も感じられたようで、来場者からも好評のようであった。

中米の中では最も先進な国であるコスタリカ。今後さらに注目されるであろう、サステナブルな観点と共にコスタリカコーヒーにも注目してもらいたい。

ワタル株式会社

村越 悠



10月10日(木) 13:00~14:30
台湾珈琲研究室

台湾スペシャルティコーヒー 100年の歩みと今後の展望



「今日10月10日は台湾＝中華民国の誕生日、国慶日です！お祝いをお願いします！」スピーカーである台湾珈琲産業戦略連盟議長の林哲豪氏の挨拶に、会場は拍手で包まれた。同氏は2005年に台北でバリスタ、ロースターとしてコーヒーと出会い、その後台湾珈琲研究室を設立。Qグレーダー、アドバンスドコーヒーマイスターを取得して台湾のスペシャルティコーヒーの普及に尽力している人物である。

【台湾の成り立ち】

林氏ははじめに、台湾の歴史について触れた。16世紀ごろにポルトガルの船が台湾を発見し、その景色を見て「美しい島」を意味する「Ilha Formosa(イリヤ・フォルモサ)」と命名。以降ポルトガル、オランダ、スペインなどの西欧諸国が



入植を始め、特にオランダ東インド会社は島の南部に植民地を建設し、本格的に台湾統治を試みた。16世紀末になると大陸中国から流入した人々によってオランダ勢力は追い出され、当時の清朝の支配下になるが、19世紀末に日本と清国との間に起きた日清戦争の結果として、1895年以降は日本の統治下になる。その後1945年の太平洋戦争終戦に伴い日本の統治は終了し、その後国共内戦で台湾に移った国民党政府により中華民国として現在に至っている。台湾の面積は約36,000km²であり日本の10分の1ほどだが、2,300万人の人口を抱えているため人口密度は非常に高い。

【台湾のコーヒーの歴史】

1880年代には、台湾の一部でコーヒー栽培が行われた記録が残されている。日本統治時代には台湾の産業、インフラ整備が進む中で、日本がコーヒーの栽培に着目。各地にコーヒー樹が植えられたことで、最盛期の農地は1,000ヘクタールほどに及んだ。やがていくつもの日本企業が台湾のコーヒー生産に進出し、そのコーヒーは日本国内にも流通していたが、太平洋戦争終戦に伴い日本の台湾統治も終了、それとともに日系のコーヒー産業も撤退し、コーヒー栽培への関心も薄れていった。

戦後の復興の時代(1950年代～1960年代)には米国のUSAIDの援助を得て、いくつかのコーヒー産地が復活し、生産量は少しずつ回復していった。その後1999年の

大地震では、山間部の傾斜地に植えられていたヤシ科の植物が根こそぎ流れる事象が見られたことで、政府は根の張り方が浅いヤシ科の植物からコーヒーへの転作を推進。2000年代以降コーヒーの植樹が急速に拡大した。コーヒー栽培は中部の雲林県、嘉義県、南投県が中心となっている。また、同時期に世界的なカフェムーブメントが台湾にも到来し、国内消費も大幅に増加した。追い風を受けたコーヒー栽培面積は、日本統治時代に匹敵する1,300ヘクタールに及び、1ヘクタール当たり平均1,000kgの収穫があるという。

【台湾コーヒーの現在と未来】

現在の台湾のコーヒー産業を概観すると、以下の通りとなる。

*コーヒー輸入量	年間約50,000Mt
*コーヒー消費量	年間1人当たり2kg
*コーヒーショップ	27,509軒
*コンビニ	13,000軒
*自家焙煎店	5,000軒
*CQIアラビカグレーダー	650名

日本の5分の1の人口からすると、上記の数字はかなり大きいといえる。さらに、2010年代に入るとWBC、WCRC、WCTC、WBrCなどのコーヒー技術の世界大会において、数々のチャンピオン、上位入賞者を輩出し、2024年のWLACでも世界チャンピオンが誕生した。台湾のコーヒー産業においては伝統的なコーヒー抽出技術に加えて、IT産業に代表される先進的なテクノロジーが活かされているが、これはコーヒー樹の栽培技術においても言えることである。一例を挙げると、品種の異なるコーヒー樹を接ぎ木することにより、風味特性を失うことなく病虫害に耐性を持つ樹を育てることが可能であるという。

生産環境については、「台湾は島国であるため湿潤な気候が続くことが多く、精製の行程では天日乾燥によるナチュラル精製やいわゆるハニープロセスのような精製方法が難しい」と林氏は語った。しかしその不利な部分も、アフリカンベッドやキャノピーを多用することにより克服しているという。

また、良質な中国茶の産地として有名な阿里山のある嘉義県では、茶園とともにコーヒー園も盛んに開発されている。標高の高い土地に適応するGeshaのような品種を選択し、温度の低い山の水を使って処理されたウォッシュドのコーヒーは、世界的に評価を得ている。

2024年にはカップオブエクセレンスのプラットフォームを使って、コンペティションとオークションを開催。87ポイント以上の評価を得た20ロット(うち4ロットは90ポイント以上)のコーヒーがインターネットオークションにかけられた。結果

1位のロットはCOE史上最高の1ポンド311ドルで落札され、世界のコーヒー関係者の注目を集めた。また、85ポイント以上のナショナルウィナー5ロットを含め、25ロット中17ロットが嘉義県産であった。そして25ロット中19ロットがGeshaまたはGeshaをブレンドしたコーヒーであった。日本統治時代には主にTypica種が栽培され、まだその子孫も見受けられるが、戦後にはUSAIDにより他のアラビカ種(Bourbon, SL34など)が持ち込まれ栽培された。近年のいわゆるサードウェーブ時代になって、PacamalaやGeshaなどの他の生産国で評価を得ている品種も多く栽培されるようになったが、特に標高の高い地帯で栽培されるGeshaやPacamalaは先行している中南米の産地に負けない品質を評価されている。

後段ではカップオブエクセレンスに選ばれた7種のコーヒーがテイスティングに供され、会場に素晴らしい香りを漂わせていた。台湾のコーヒー産業を総括すると、スペシャルティコーヒーに代表される「量より質」を求める方向性が顕著である。少ない栽培面積で高品質に特化したコーヒーを栽培し、いまだ旺盛な国内の需要に応え、一部は海外の高品質バイヤーにアピールしてゆくものと思われる。課題は気候変動に伴う台風の増加や高温多湿化に対応する品種選択と精選方法の改良だが、台湾の人々の探求心と進んだ科学知識がそれらを克服してゆくだろうと結んで林氏のセミナーは終了した。

広報委員会 委員長
永田 卓



10月10日（木）13:00～14:30

ボルカフェ株式会社

コーヒーの世界需給概況とスペシャルティコーヒーのこれから



今回のSCAJ2024では、入場者が7万人を超えたそうで、会場はかなりの盛り上がりとなっていました。出展側も含め若い世代の方が多く、日本のスペシャルティコーヒー市場の将来も明るいもののように感じられました。

しかしながら、世界のコーヒー市場に目を移すと、気候変動等を遠因とする生産量の伸び悩みによる需給バランスの悪化や、海上輸送の不安定化などにより、コーヒー原料の安定調達に年々脅かされている状況が見えます。このような状況は、スペシャルティコーヒー市場にも大きな影響を及ぼしており、その関係者もスペシャルティ市場を超えて、世界の需給動向に目配りしておくことが欠かせなくなっています。

今回のセミナーでは、ボルカフェグループの広汎な生産地の作柄調査データに基づく、需給バランス分析の結果を公開し、そこから導き出されるスペシャルティコーヒー事業への影響や、事業継続のためのアイデアを披露させていただきました。

ボルカフェグループの生産地作柄調査は、世界11か国に配置された総勢約57名の調査員が、約8500地点のデータを調査、集積し行われます。調査項目は多岐にわたり、実際に農園に立ち入っての目視・計測、生産者への聞き取りから、地上や衛星観測の天候予想、衛星写真による植生状況観測まで及びます。集積されたデータは、グループ本部のアナリストにより、需要動向、貿易量、在庫量などのデータと合わせて分析され、高頻度で需給バランスの様態が導き出されます。

今般、世界のコーヒーの生産量に大きな影を落として

いるのは、気候変動による悪天候や気候パターンの変化です。過去にはブラジルの降霜など、限定した地域で単発的に起こる悪天候による一時的な生産量の減少などが相場要因と目されていましたが、近年では、ブラジルの主要産地での降雨不足や、中米での天候不順など、世界規模の気候変動が原因と思われる、半ば恒常的な気候パターンの変化によるコーヒー生産への影響が出てきています。弊社調査による生産量予想値の推移を見ても、2023年秋に予想されていた24/25期の生産量が、その後顕在化した天候不順の影響で、その後1年間で1800万袋（x60キロ）も下方修正されることになりました。

気候変動による影響や、その他の社会的要因なども加わった結果、24/25期の世界生産量は期待されたような回復をせず、世界の需給バランスは、21/22期以降、4年間連続で供給不足となっていると推測されます。

立て続いた供給不足は、コーヒー原料豆の在庫量の減少にもつながり、世界の使用量に対する在庫量比率は、長期的に安定したサプライチェーンの維持に必要とされるロブスタ種で7.5ヶ月分、アラビカ種で8.5ヶ月分といったレベルから大きく落ち込み、現在ロブスタ種で4ヶ月分、アラビカ種で6ヶ月分程度となっていると思われます。

この在庫不足の結果として引き起こされたニューヨーク先物相場の逆ザヤ構造は、コーヒー生豆商社の中間在庫保有を困難にしています。

現在盛んに語られてはいますが、期限設定が随分と悠長な「コーヒーの2050年問題」を引き合いに出すまでもなく、現在のコーヒー生産量の推移は、それが気候変動

という世界規模の大きな問題を遠因としていることを考えると、今後増産傾向に戻っていくことは容易には期待できないと思われます。（この原稿を書いている11月21日現在、新たな生産量不足の情報によるコーヒー相場の高騰が起きています）

そこで、スペシャルティコーヒーの世界は、どのような影響を受けているのでしょうか。

気候変動は、世界に存在したユニークなコーヒーテロワールに影響を与えています。温暖化により、以前のようなメリハリの利いた味わいのコーヒーが収穫されなくなった地域があり、それに拍車をかけるように病害虫への耐性は高いが味わいにかけるハイブリッド品種の作付けが奨励されています。伝統的なコーヒーテロワールが生み



楽しいスペシャルティコーヒーをまもるために



VOLCAFE

気候変動対策の取り組み（ヒトとして）

出していた個性豊かな味わいを知る世代が減っていく一方、品質評価の画一化、人工的な精製プロセスの流行、一部の有名品種への集中が見られ、本来スペシャルティ・コーヒーの価値の源泉であるはずの自然の生み出す多様性が失われています。

現在、世界のコーヒー消費の増加が顕著なのは、アジアを中心とする新興コーヒー消費国であり、そこで初めて消費され、消費振興の途上初期に消費されるのは、個性豊かなスペシャルティコーヒーではあり得ません。結果として、標準的なコーヒーへの需要は堅調であり、今般の高値相場では、標準的な品質のコーヒーを作るだけでも、ある程度の収入が生産者にもたらされることになります。

ただでさえ生産に苦勞が絶えず、加えて天候不順による生産被害のリスクが高いスペシャルティコーヒーを敢えて生産し続けてもらい、それを日本のコーヒー愛好家へ届けるためには、どうすれば良いのでしょうか。これが、私たちスペシャルティコーヒーにかかわる者が考えていけないといけなテーマになっています。

このテーマについて、私の頭に浮かんだキーワードをまとめた図を提示しまして、拙稿の締めとさせていただきます。

ボルカフェ株式会社
広池 正道

10月10日(木) 13:00~14:30
プーアルコーヒー協会/会長

中国/プーアルコーヒーの現状



中国の雲南省にある「プーアルコーヒー協会」から、会長の劉 明輝氏、副会長の楊 順氏をお招きして開催された本セミナー。「お茶の国」としてのイメージが強い中国における、コーヒー栽培の発展の歴史との現状、そしてサイフォンへの取り組み等を時間いっぱいお話しいただいた。

プレゼンター：プーアルコーヒー協会 会長 劉 明輝氏
【中国におけるコーヒー発展の歴史】

皆さんご存じの通り、中国は何千年も前からお茶の文化が根付いている国である。その一方、中国国内のコーヒーの歴史はかなり浅く、わずか140年ほど。そんな中国でコーヒーが発展していくまでには6つの段階があったので、順を追って説明したい。

〈第1段階：フランスの宣教師がコーヒーの種を持ち込む〉

中国に初めてコーヒーを持ち込んだのは、フランスの宣教師である。1892年ごろにキリスト教を広めるべく中国へ来た彼は、自分が飲むためにコーヒーの栽培を始めたのだ。

〈第2段階：雲南省のコーヒーが海外へ流通するようになる〉

その後、雲南省にある4つの国営農園でコーヒーの栽培が始まったが、ここでできたコーヒーはまだ流通していなかった。そこから1960年代になると、少しずつでは

あるが雲南コーヒーは海外に流通するようになった。

〈第3段階：雲南省における、コーヒーの栽培プロジェクト〉

雲南コーヒーが世界に流通し始めた当時、雲南省は国内で最も貧しい地域であった。そこで国連とICOの援助を受け、1988年に省内でコーヒーのプロジェクトが始動。この年は、中国のコーヒー栽培において非常に重要な年である。ICOが目的として掲げたのは、雲南省の地理・気候の状況に合わせたコーヒー栽培による「雲南省の農民たちの脱貧困」。しかし、当時の中国にはコーヒーの消費市場はないため、国内消費による収入の増加は見込めず、国を通してネスレの協力を得ることとなった。

さらに、雲南省政府はこのプロジェクトのために国内の新卒19人を選出した。その中の1人が、海南省にある農業大学でコーヒー、ココアを専門に4年間学んだ後、雲南省の農業庁に入った私である。我々19名はプロジェクトの一環として、インドネシア、ブラジルをはじめとする世界各国へ派遣され、多くのことを学んだ。ちなみに私の専門は「品質管理」だったので、イタリア、オランダ、ドイツを回った。このプロジェクトに参加した19人は今でもなお、中国のコーヒー発展における重要人物として尽力し続けている。

この19人は海外での研修から戻って来ると、雲南省の各地域でコーヒー栽培の指導にあたった。作られたコーヒーは中国国内にあるネスレを通じて海外へ展開され、農民たちは一定の収入を得ることができるようになったのである。



〈第4段階：コーヒー栽培の急発展による、課題の顕現〉

1996年になると、雲南省ではコーヒー産業が急速に発展し、生産量が「増えすぎた」とも言うべき状態にあった。コーヒー農家の数も40万人を超え、国内で唯一の「豆を回収・流通させる業者」であるネスレだけでは処理しきれないほどになっていた。おまけに当時の雲南省は道路も整備されておらず、農民たちは雲南省からプーアルまで、険しい道を馬車またはトラックを使って運んでいたのだ。その上車中泊などもしつつ、プーアルまで着くのに3、4日かかり、目的地まで着いても回収待ちの行列に並ばなければならなかった。やっとの思いで回収の順番が回ってきても、そのころには当然豆が劣化してしまい、ネスレの厳しい基準を満たせなくなってしまうものも多くあった。

こうした事態が深刻になってきたことを受け、私はニューヨークへ飛んで「サンネット」というコーヒー会社を立ち上げ、雲南コーヒーの販路拡大を目指した。この社名は、私の「明輝」という名前に由来するものである。さらに、2005年にはドイツ国内に第2のエージェントを作り、ドイツのチボー、イタリアのリミニでも雲南コーヒーを販売できるようになった。

その後、2011年にはスターバックスの創業者がプーアルを訪問。これをきっかけに、サンネットとスターバックスで合弁会社を設立し、「スターバックス雲南」ができた。

〈第5段階：合弁会社設立による、品種・技術の向上〉

合弁会社設立の翌年である2012年も非常に重要な年である。スターバックスの創業者は雲南省を視察した後、



▲ 中国から劉会長の奥様(写真中央)と、普段はロサンゼルスにいらっしゃるご子息様(写真左)も来日。

「ここは世界のスペシャルティコーヒーマーケットにおいて、重要な産地になるだろう」と希望を語った。これを実現するためにも、合弁会社のビジョンとして「①雲南省における、コーヒーの品種改良と栽培技術の向上、②世界に雲南省のコーヒーを広めること」の2つを設定。というのも、雲南コーヒーは歴史こそ浅いものの高品質であったが、世界的な知名度はなく、販売価格が低くなってしまっていたからである。特に注力したのは、より品質を高めること。当時は1つの品種だけを栽培していたが、スターバックスの協力を得て34もの品種を持ってきていただいた。その中にはゲイシャ、カトゥーラ、カトゥアイ、ブルボン、ティピカなどもあった。この時に持ってきていただいたゲイシャは、私の所有するアイニー農園で初めて栽培し、現在では3代目が育っている。雲南省のコンテストにおいて、2つの部門で1位を取ったこともある自慢の豆だ。

〈第6段階：交易センターの設立と、今後の展望〉

品質・技術ではまだ他国に遅れをとっている部分もあったが、雲南省でのコーヒー発展のスピードは、目を見張る速さで加速していった。そこで2014年、私は自身の農園内に、省内で初めてとなるコーヒーの交易センターを作った。当時、既に中国コーヒーのニーズは世界の20%を占めていたが、将来的に市場占有率を上げていくことが期待されているからである。そして私自身の今後の夢は「雲南省を東南アジアの主要生産地にすること」というのも、雲南省は地理的に恵まれた位置にあるのだ。雲南省の南にはミャンマー、ラオス、ベトナム、インドネシアといったコーヒー生産国がある。そして北に目を向けると、コーヒーの消費大国である日本、韓国が存在している。雲南省は、東南アジアのちょうど真ん中に位置していると言えるため、南にある生産国と連携しながら、北にある消費国により良いコーヒーを輸出していきたいという考えだ。そのためにも、交易センターでは生産者に有益な情報を提供できるように

努めている。もちろん消費国の皆さんにも、生産者の情報やより上質なコーヒーを提供できるよう、今後とも品質や技術の向上に励んでいきたい。

【中国コーヒーの現状】

国内でコーヒー栽培に使われている農地の面積は、約130ム（約867万㎡）。生産量は、世界13位となる14万トンで、生産比率は雲南省が98%、海南省が2%。消費量については、昨年が30万トン。消費量に対して生産量が追いついていないため、年間16万トンほど輸入している。消費率は世界7位であるが、今後もより順位が上がっていくと予想される。実際、2023年の初めごろには1人あたりの消費量が平均4.3杯だったが、年末には12杯まで上昇している。今年の年末には20杯ぐらいまで上がる予想を立てているが、目標値である「1人あたりの消費量360杯」にはまだ遠く及ばない。そこでSCAJの皆さんにも、ぜひ中国のコーヒー市場の開発に協力をお願いしたいと思っている。

【プーアルコーヒー協会の参加資格と運営について】

会員資格については、コーヒー農家、コーヒーを扱っている企業はもちろん、機械や包装など、何かしらの形でコーヒーに携わっていれば問題なく属せる。中国全土には合わせて20の協会支部もあるが、サイフォニストチャンピオンシップの1次予選はこの支部ごとに行われる。余談だが、今年のWSC出場者はアイニー農園での予選で選出された方である。

プレゼンター：プーアルコーヒー協会 副会長 楊 順氏
【中国におけるサイフォニストチャンピオンシップについて】

中国でも毎年、プーアルコーヒー協会主催でサイフォニストチャンピオンシップを開催している。WSCには2013年から現在まで8回にわたって参加させていただいているが、大会への参加は中国国内でコーヒーに携わる人たちにとって、世界との交流の場となっているようだ。

そんな中国におけるサイフォニストチャンピオンシップには、毎年国内全土から1万人を超える参加がある。中国のバリスタたちはサイフォンを通じて中国のコーヒーを世界に広めることを期待されており、コーヒーの専門学校でもサイフォンが科目の1つとして入っている。

また、WSCに関してはコロナ前まで毎年参加させていただき、第12回大会に関してはプーアルでの開催も予定していた。しかしコロナをはじめとする諸事情で開催ができなかったことは、大変申し訳ないと思っている。いつか、今度こそはプーアルで開催できるように努めたい。



そして昔のプーアルは「交通の便が非常に悪く、飛行機でしか行けない。しかも1日1便しかない」という状況だったが、今ではプーアルを経由してタイまで行ける新幹線も通った。協会としても、国境を越えてベトナム、ラオス、カンボジアをはじめとする国のコーヒー連合会などと頻繁に交流を行っている。日本の方からもご指導いただけたらうれしい。ちなみに日本にあるUCCコーヒー博物館には何度も足を運んでおり、劉会長には自身の農園内にアジア初のサイフォン博物館を設立する構想もある。

【質疑応答】

Q1. プーアルコーヒー協会の会員はどれぐらいいるのか知りたい。また、その中に生産者・関連企業がどのぐらいいるのかと、輸出業者の有無も併せて教えてほしい。

→A1. 現在、協会に会員として登録されているのは300社以上で、北京をはじめとする10近い都市からの加入がある。生産者は国内全土だと60万人ほどいるが、その中で協会に入っているのは10%未満。その要因として考えられるのは、村の農協単位で会員になっていることが多く、生産者個人で会員登録しているケースが少ないことだと思う。関連企業も複数入っており、焙煎工場、機械の販売会社、そして輸出業者も加入している。

Q2. 2019年にYCEがプーアルコーヒーのプロモーションでSCAJに出展していたが、今後のプーアルコーヒーのセールスプロモーションはYCEと協会のどちらが担当のか？

→A2. 今後は我々協会が担っていく予定である。

Q3. 2011年にスターバックスとの合併会社を作ったとのことだが、これは今もあるのか？

→A3. スターバックス雲南は現在も存在しており、協会の会員企業にもなっている。ちなみに、ネスレも「副会長企業」というポジションで会員になっている。

ここで協会のボードメンバーについて少しお話しさせていただくと、協会には会長クラスの会社1社に加え、副会長クラスの会社が20社ある。副会長クラスの役割としては、協会の年間計画や経理関係、生産者の課題などを話し合う会議——いわば理事会のようなものに出席するというもの。ちなみに私を含め、今回の展示会に来ている人たちには政府から70%の費用が負担されているが、これも副会長を含めた会議で決定し、政府へと申請したものである。

Q4. 今年の生産量の見込みを教えてください。

→A4. 今年は10万トン程度を見込んでいる。例年だと10～15万トンを生産しているが、今年に関しては「6月まで雨が降らなかった」という例外が起きたため、少なめの予想をしている。

ちなみに、雲南省でのコーヒーの収穫時期は10月中旬～2、3月ごろで、販売時期は6月～3月である。

Q5. コーヒーとは直接関係ないかもしれないが、プーアル茶の収穫はいつごろなのか。

→A5. プーアル茶ならびにお茶は3～6月ごろに収穫期を迎えるため、ちょうどコーヒーの収穫と入れ替わりになる。時期がうまくズレることを利用して、コーヒーとお茶と一緒に栽培している農園もある。

Q6. 先ほど、「生産量は毎年10～15万トン」「国内消費量は30万トン」という話があったが、このまま消費量が増えていくと生産が追いつかないと思う。その場合、今後も輸入が増えるという認識で良いのか。

→A6. コーヒーの輸出がメインだった10年前に比べ、現在の中国では国内需要が激増。そのため、国内生産分だけで見ると消費と輸出が半々の状態になっている。今後もベトナム、インドネシア、ブラジルなどからの輸入量は増える見込みである。

Q7. サイフンの大会がだいぶ大規模だと感じたが、これは実際にサイフォンで提供する店が多いのか、それとも大会用に取り組んでいる人が多いだけなのか気になる。

→A7. サイフォンで提供する店も多いが、そもそも「中国人はサイフォンが好き」というのも一因だと思う。日本人同様、中国も箸を使う文化圏なので、サイフォンをかき混ぜる棒になじみがあるのだ。

なお、サイフォニストチャンピオンシップについては、初回～3回目ぐらいまではサイフォンで提供する店舗の人に限って選考をしていたが、4回目以降はその縛りがなくなったことで、コーヒー専門学校の生徒が代表になることが多くなった。先述の通り、専門学校には、「サイフォン」が科目の1つとして存在している。大人が腕を競い合う大会があるのはもちろん、子ども向けのサイフォニストチャンピオンシップも存在し、7歳の子がサイフォンを扱っている様子なども見ることができる。

ちなみに、明日のWSCに出場する選手はアイニー農園での選考会から代表になった方。使う豆もアイニー農園のものである。

お茶のイメージが多い中国だが、国内自給が追いつかないほどにコーヒーの消費量が増えていると知り驚いた。また、現在のような消費市場になるまでに国を挙げたプロジェクトがあったことなど、発展の経緯が事細かにわかるセミナーだった。サイフォニストチャンピオンシップへの力の入れ様にもすさまじいものがあるが、その根底に「日本同様、箸の文化があるのでサイフォンになじみがある」というのは合点がいく。

日本市場ではまだ希少な中国産および雲南省産のコーヒーだが、協会の方々の熱意を見るに、これからはもっと目にする機会、飲む機会が増えていきそうで楽しみである。

広報委員会
若岡 桃子

10月10日 (木) 15:00~16:00
Guatemalan Coffees

Guatemalan Coffees -Fine Robusta



開場前から大行列ができるほど盛況だったグアテマラセミナーは『Guatemalan Coffees -Fine Robusta』をテーマに、市場で差別化を図るチャンスとしての良質なロブスタ種を用いた戦略についてのものだった。

まずはANACAFÉ(グアテマラ国立コーヒー協会)のアナ・カルデロン氏によるグアテマラコーヒーの紹介から始まった。



【グアテマラコーヒーの最新生産状況について】

ANACAFÉに加入しているコーヒー生産者は125,000人以上で、その約97%が小規模生産者である。国内の作地面積は37,600ヘクタールに及び、生産エリアは8つの地域に分けられている。農産物の輸出品目では、油脂、バナナに次いでコーヒーが3位に入っており、コーヒーがグアテマラにとっていかに重要な農産物なのかわかる。そんなコーヒーの輸出量は年々増加傾向にあるが、主な輸出先は北米が1位で総輸出量の49%、ヨーロッパ26%、アジア22%、その他3%。国別ランキングでは1位はアメリカ、2位が日本、3位ベルギーと続いている。このランキングから、日本におけるグアテマラ人気の高さがわかる。品種における割合はカティモール23.27%、カトゥーラ18.97%、カトゥアイ13.44%がトップ3で、今回のセミナーの主役であるロブスタは9位の2.80%。スペシャルティコーヒー市場で人気のあるパカマラは1.3%、ゲイシャは0.68%と、全体から見ればごく少量ではあるが、その存在感は世界中に知れ渡っている。

続いて、ANACAFÉのセバスチャン・ルイス氏によるロブスタのプレゼンテーションがあった。

【ロブスタとグアテマラ】

世界のコーヒー生産量の40%を占めているのがロブスタである。ロブスタはさまざまな地理的条件に対応できる



品種で、アラビカに比べて病気への耐性もあり、標高の低い地位でも栽培が可能。ちなみに、ロブスタがグアテマラに伝わったのは1930~1935年の間である。一般的にロブスタは低品質というイメージがあるが、グアテマラで生産しているロブスタは、供給こそ限られているものの品質が高いのが特徴。その理由は、アラビカの生産ノウハウをロブスタに活かしているからである。精製方法についてもアラビカのようなウォッシュド、ハニー、ナチュラルの3種類で行っており、グアテマラでは品質の高いロブスタのことを「ファイン・ロブスタ」と呼んでいる。そのフレーバーは、キャラメル、チョコレート、アーモンド、ハーバル。さらに「欠点が無くSCAでの評価で80点以上のものでないと、ファイン・ロブスタと呼べない」というルールもある。そんなグアテマラのファイン・ロブスタの主な輸出先はベルギー、イタリア、ドイツとヨーロッパが多い。

近年、グアテマラがファイン・ロブスタ戦略に舵を切った背景にあるのは、コーヒー相場の急落による収益の低下と、温暖化によるアラビカ栽培の標高が高くなる傾向への対応だが、これには生産者救済の意味合いもある。比較的安定した収益性と、低地でも生産可能なロブスタをアラビカのノウハウで栽培することにより、他の国のロブスタよりも高品質なロブスタ生産が可能になった。

【2種類のファイン・ロブスタのテイスティング】

ロブスタの品評会で評価が高く、歴史ある農園の2種類のロブスタをテイスティングした。

1)ラ・アラビア

標高:1,200m

精製方法:ハニープロセス



カップングプロファイル: ココア、キャラメル、ダークチョコレート

スコア: 85.25

2)ラ・ファマ

標高: 762m

精製方法: ウォッシュド

カップングプロファイル: スパイシー、メープル、フローラル
スコア: 87.00

ここ数年グアテマラセミナーを受講して感じるの、このセミナーでは常にマーケットと生産者をつなぐ斬新なアイデアをプレゼンテーションしてくれているということだ。今年は、ファイン・ロブスタという新しい高品質ロブスタの提案だった。今は主にヨーロッパに向けて輸出されているそうだが、グアテマラ人気の高い日本にも入ってくることを望む人も多いだろう。ファイン・ロブスタの今後の展開に注目したい。

広報委員会
堀内 隆志

10月11日(金) 11:00~12:30

認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン

サステナビリティと品質の追求 ～高品質なコーヒーの調達危機への対応～



2050年までにアラビカ種の栽培適地が半減すると言われている「コーヒー2050年問題」だが、この問題の解決策のひとつがフェアトレード認証コーヒー。今回はそんなフェアトレードコーヒーの栽培に携わる中南米の生産者団体より、3名の方をお招きしてのセミナーが開かれた。

生産者からのプレゼンに先立ち、主催者である認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパンの事務局長である潮崎 真惟子氏より、「コーヒーを取り巻く社会・環境リスクについて」のプレゼンがあった。

【コーヒーを取り巻く社会・環境リスクについて】(認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン 事務局長 潮崎 真惟子氏)

〈世界のコーヒー産業の課題〉

コーヒーは「児童労働」「貧困」「低い取引価格」「気候変動」という社会環境課題に直面している、代表的な産品のひとつである。

まず「児童労働」に関しては、世界の子どもの10人に1人が学校に通えず、働いているという現状がある。この背景にあるのが「貧困」であり、貧しさゆえに学校に通えないという相関関係を生んでいる。そしてこの「貧しさ」が密接に関わっているのがコーヒー産業。というのも、10大コーヒー生産国のうち、8カ国(コロン

ビア、インドネシア、ホンジュラス、エチオピア、インド、ペルー、ウガンダ、グアテマラ)において、コーヒー農家の平均収入は貧困ラインを下回っている。つまり「コーヒー農家の人にとって、貧しいことは珍しくない」とも言える状況にある。

この「貧困」の最大の原因となっているのが「低い取引価格」。生産コストを下回る価格でコーヒーを販売せざるを得ない生産者が、世界にはたくさんいる。そして「気候変動」については、コーヒー産業の場合、例えばコーヒーの木が枯れてしまう病気の流行や虫が発生しやすくなる気候条件などが誘発され、生産性の低下につながる。すると産業に魅力を感じる人が減り、コーヒー農業離れも起きてしまう。こうした複合的な原因によって、栽培地が半分にまで減ってしまう恐れがあるのが「2050年問題」である。そしてこうした状況を変えていくための認証制度こそが「フェアトレード」だ。

〈国際フェアトレード認証の概要〉

国際フェアトレード認証は、世界140カ国で商品流通がある、世界最大の国際認証のひとつ。その認証基準には大きく分けて「環境」「社会」「経済」の3つがあるが、中でも特徴的なのが「経済」の基準である。フェアトレード認証特有の資金制度に「プレミアム」というものがあり、例えば日本でフェアトレードコーヒーが買われると、企業を通して

本体の価格に上乗せされた「フェアトレード・プレミアム」という資金が生産者に届くようになっている。

この「プレミアム」以外にも教育環境の整備、気候変動への対応・支援などを世界中で行っており、フェアトレードの社会的インパクトは幅広く生じている。だからこそ、サプライチェーン全体を通して認証基準を守っていただくために、監査もさせていただいている。

また、こうした社会課題への貢献度の深さもフェアトレードの特徴であり、SDGsの達成目標の全てを網羅できるとも言われている。さらに、フェアトレードを広めてくださる市民の方々——学生さんや自治体、地域ぐるみで活動をリードしてくれる「フェアトレード・タウン」の方なども多く、こうした幅の広さもフェアトレードの魅力だ。活動を支援してくださる人たちのおかげもあり、フェアトレードの市場規模はどんどん大きくなってきており、最新の数値だと2023年に国内市場だけでも200億円を突破している。

フェアトレードは世界各国に拠点を持っているが、中でも生産国の現場で支援している団体が、中南米、アフリカ、アジア太平洋の3大陸にある。今回のセミナーにお越しいただいたのは、その中の中南米から「CLAC」と呼ばれるネットワークのメンバー。本セミナーのテーマの1つに「品質」があるが、フェアトレードではこの「品質をどのように上げていくか」という点にここ数十年ほど注力してきた。例として、10年ほど前にできた規定のひとつに先述の「フェアトレード・プレミアム」というものがある。このプレミアムの使い道は、基本的に生産者が決められるのだが「25%は品質の向上に使用する」ということを基準化した。ちなみに、コーヒー以外の産品だとプレミアムの使い道は完全に自由なので、コーヒーに関しては特に品質を重視していると言える。これは、コーヒーは原料(豆)そのものの品質が価格に直結している——言い換えると、生産者の収入につながっているからである。「貧困問題の解決には品質向上が不可欠である」という判断から、世界でさまざまなトレーニングも実施して、とにかく品質を上げることに取り組んできた。その集大成としてここ数年で展開を進めているのが、フェアトレードコーヒーの品評会である「ゴールデンカップ」の世界開催だ。昨年は日本でも、この品評会とコラボレーションした試飲イベントを初開催した。品質とサステナビリティを両輪で回していくことによって、ビジネスとしての持続可能性が高まり、社会問題の解決に欠かせなくなってくることが望ましい。



【国際フェアトレード認証コーヒー最新情報】(中南米フェアトレード生産者ネットワーク(CLAC) コマーシャル マネージャー パウロ・フェレイラ・ジュニア氏)

〈CLAC概要〉

CLACとは、ラテンアメリカ、カリブ地域でコーヒーを作っている900軒超えの生産者をつなぐネットワーク組織である。この組織でまとめているフェアトレードコーヒーの生産者は50万人を超えており、現在フェアトレード認証を受けて世界で販売されているコーヒーの85%がラテンアメリカ地域産。余談だが、コーヒーだけでなくフェアトレード認証を受けたバナナも89%はラテンアメリカ地域で作られている。

また、フェアトレードの組織は世界中にたくさんあるが、うち半分が中南米にある。特にラテンアメリカ地域には、現在940組織以上の小規模生産者たちによる労働組合が存在しており、国数だと20カ国以上に上る。このうち442がコーヒー産業に従事している小規模生産者組織である。組織は11カ国にわたり、農家の数で言うと24万8,000軒が在籍。ここには、コーヒー産業に従事する6万4,427人の女性が含まれている。

〈CLACのコーヒー生産量と、フェアトレードコーヒーの市場占有率〉

CLAC内で生産量が多い国は、上から順にコロンビア、ペルー、ホンジュラス、ブラジル、メキシコ。今年のCLAC内トータルでの生産量の変化としては昨対比で10%ほど減少しているが、これには2つの原因がある。1つ目は

「コーヒーの実の付き方のサイクル」によるもの。コーヒーの木の性質上、数年に1度のサイクルで生産量が下がる現象が起きるためである。そしてもうひとつは「気候変動の影響」によるものだ。

フェアトレード認証を受けて販売している国ごとの市場占有率は、2021～2022年だとペルーが25%でトップ。翌年度はホンジュラスが首位になった。そんなフェアトレードコーヒーの生産量は、ここ3年で見て全体の26.33%に留まっている。CLAC内にはさまざまな品種、生産国、生産地域、特徴のコーヒーがあり、供給もたくさんあるので、フェアトレード市場はまだ開拓の余地があると思う。

〈ゴールデンカップとトレーニング〉

フェアトレード商品の市場占有率向上のために行っているのが「ゴールデンカップ」という品評会だ。この品評会は、フェアトレード認証を受けたスペシャルティコーヒーを審査するものであり、このような品評会を行うことで「品質をどんどん上げていこう」という意識の向上にもつながる。今年度のゴールデンカップには、フェアトレード認証を受けた生産者組織が109も集まり、サンプル数は227にも上った。

このような審査および品評会の開催以外にも、品質向上に向けたトレーニングを多数行っている。トレーニングのメニューには、品質に関するセミナーはもちろん、カップping技術を習得するためのものもある。今年度は5カ国で7種類のトレーニングを行い、92の生産者組織にご参加いただいた。これとは別に、生産者・農学者に向けた「収穫後の処理に関するトレーニング」、若い世代の生産者向けの「カップping、バリスタに関するトレーニング」なども行っている。品質や技術向上以外だと、生産者を対象に森林破壊に関するトレーニングも実施。これは森林破壊のリスクをマッピングするためのもので、マッピングに基づいてリスク軽減のプランを立てていくものである。

いずれのセミナー、トレーニングも対面とウェビナーを併用しながら行っており、CLAC地域でフェアトレードコーヒーを生産している全ての国を網羅できるような形式・頻度で対応。特定の小規模生産者団体を対象としたオンラインミーティングも100回は行い、規模に関係なく生産者たちのサポートをしている。

【気候変動への対策と品質への取り組み事例-①メキシコ】
(メキシコSan Fernando協同組合 ゼネラルマネージャー シルビア・エレラ氏)

〈メキシコ チアパス州のコーヒーとSan Fernando協同組合について〉

先ほどパウロ氏から話があった通り、CLACには各国の



コーディネーターが存在。メキシコもその1つとして参加している。メキシコ国内にはコーヒーの生産を行っている州が11あるが、中でも最大のボリュームを誇るのがチアパス州。そしてオーガニックコーヒーの生産を行っているのもこの州であり、大多数がシェードグロウである。生産者数は国全体で見ると50万人以上いるが、チアパス州だけでも18万人、そしてその大部分が先住民族というバックグラウンドを持っている。

そんなチアパス州にある当共同組合は、1984年に設立された。組合には10の市町村にわたるコミュニティが存在し、加入者は817名。その内257名が女性、165名が先住民族の方である。チアパス州全域に生産場所が点在していることから、コーヒーそのものだけでなく生産者本人たちにも多様性がある組合だと言える。私たちは協同組合として、さまざまな個性を持つ生産者たちのバランスを取りながら共通の目標を立て、その達成に向けたサポートを行っている。

〈プレミアムを使い道〉

当共同組合では、プレミアムを大きく分けて「社会面」「生産面」の2つに分けて活用している。

●社会面

・食の安全保証

生産者がバランスの良い食事がとれるようにサポートする。例として、生産者が卵を食べられるようにメンドリの提供、野菜の種の配布などを行っている。

・奨学金の提供・病気の際のサポート

子どもたちがしっかりと学校で学び、家業に革新をもたらせるように奨学金を提供している。また、生産者が病気・怪我をした際の支援も行っている。

●生産面

・コーヒーの木の更新

メキシコはそこまで生産量が多くないため、特に早熟な種類の木を導入するように働きかけている。これは重要課題として、15年ほど継続中。

・品種ごとの分析

17種で実証実験を行い、それぞれの土地の適正、生産性、味の傾向などを分析している。

・生産者・関係者のトレーニング

精製処理の改善に関するトレーニングなども行い、品質向上に努めている。

・資材の提供

生産性の向上・生産量の増加に伴い、乾燥場のキャパシティがいっぱいになってきていることから、生産者への資材提供も行っている。加えて、組合にも肥料・殺虫剤などを作れるような工場を設けているが、今後は生産者の近くでもこうしたものが作れるよう、取り組みを進めていきたい。

〈輸出する製品と品質管理〉

組合から輸出するコーヒーは全て、フェアトレードやオーガニックの認証を受けている。生産したコーヒーの8割が輸出向けで、コロナ前と比べて30%増加した。特にここ数年で著しく増加傾向にある輸出先が、スイスと日本。生産した豆の82～84%は「マイクロロット」として、SCAにも出している。ゴールデンカップでファイナリストになったり受賞歴があったりするほか、COEでも2021年に2位、2022年は4位、2023年は4位と7位に入賞したこともある。

こうした高品質な豆を届けるために、品質管理を徹底している。組合には、組合と生産者をつなぐテクニカルアシスタント、技術支援のチーム、トレーニングやワークショップ、内部検査などを行うチームもあり、どれも非常に重要な存在である。さらに、組合にはカップバー3名、アラビカQグレーダーの資格所有者も3名いることで、生産者にカップpingの結果をすぐに知らせることができている。

〈課題と解決への取り組み〉

1つ目の課題は、次世代を担う若者たちがあまり業界に参入してくれないこと。スペシャルティコーヒー文化の影響で、「やっぱりコーヒーって面白いな」と思ってもらえるようにはなっているが、課題解決にはまだ遠い。2つ目は

気候変動。コーヒー栽培に影響が出始めているため、職の主権や収入源の多様化も視野に入れる必要が出てきている。

こうした課題がある中で、生産者の意識づくりをすることも組合の役割のひとつである。中でも最大の課題は気候変動だが、これは地球全体で対処する必要がある課題なので、組合だけの力で解決することはできない。とはいえ対策は立てねばならないため、組合としては有機肥料を使い、生産者の土壌で実証実験を行うなどの取り組みをしている。これからも、小規模生産者とその家族、コミュニティを大切にしていきたい。

【気候変動への対策と品質への取り組み事例-②ニカラグア】
(ニカラグアPRODECOOP協同組合 ゼネラルマネージャー メルリン・ブレザ・ラモス氏)

〈組合の概要〉

当組合は、1993年に設立。本部はニカラグアの北部に位置している。協同組合のベースとなっている組合は全部で38軒あり、3,412のファミリーが会員として参加。コーヒー生産者の数は1万6,000人で、うち3割が女性である。組合内には100を超えるコミュニティが存在しており、非常に特別なコーヒーを作る地域もある。

協会の発足当時から「質」に注目してきたが、これはコーヒーそのものの品質だけでなく、提供するサービスの質や、働いている人たちの生活の質なども含めた「総合的な質」として定義している。とりわけ、フェアトレードに関しては「農家の方々の生活の質」と切っても切れない関係にある。

〈組合の活動内容について〉

組合では、主に生産者が持ち込むコーヒーチェリーの収集をはじめ、乾燥工程、輸出、販売、資金調達などを行っている。チェリーの収集に関しては、豆を受け取った時点から輸出までのトレーサビリティも確立している。

開発への投資も組合で行っているが、先述の通り、品質はもちろん、生産者がしっかりと食糧を確保できるようなサポートも実施。その手立てのひとつとして、生産者の生活、つまり収入を確保するために、生産物の多様化にも取り組んでいる。ひとつの産品に頼らずに生計を立てられれば、個々の生産物の脆弱性もカバーできるからだ。その他、会員・生産者への信用貸しや社会的なプロジェクトの実現、認証に関する活動なども行っている。

〈組合の設備と人材育成について〉

組合には、乾燥工程を行える場所から焙煎工場、グラインド工場までそろっている。乾燥工程については、1袋



60万キロ換算で7万5,000袋以上を処理できるスペックを持つ。処理場は5カ所あり、果肉の除去などに使える共同の場所も1カ所ある。

特に若い人向けの人材育成にも力を入れており、カップパー、バリスタとしてのトレーニングも展開。なお、組合にはQアラビカグレーダーとカップパーが2名ずついる。機械の保全に関するトレーニングも行っているが、こうした多様なトレーニングは、CLACの力を借りつつ、国内にある官民共同のコーヒー審議会と協業でやっている。

〈生産量について〉

1袋当たり60キロ換算で、平均すると1生産者あたり7万袋を生産しており、うち8割がフェアトレード認証を受けている。オーガニックに限定すると平均3万袋で、生産者、クオリティ、標高などに応じたマイクロロットも存在している。輸出に関しては、ヨーロッパ、北米、アジア向けが全体の11%を占めている。

〈課題と解決に向けた取り組み〉

懸命にインフラを整備し、生産量を増やす努力もしているが、ここ数年は気候変動による大打撃を受けている。影響しているものはいくつかあるが、最も深刻なのが、害虫や新たな病気が増加していることによる生産性の低下。コーヒーの収穫量が減っている上にリスク管理もしなければならないことで、質の良いコーヒーを作るのにいっそうのコストと時間をかける必要が出てきている。天然資源の逼迫なども相まって、複合的な打撃が生産者を襲っているため、彼らの収入低下および生活の質にも悪影響が及んでいる。

こうした課題を解決し、生産性と生産者の生活の質を上げるために必要なことは、以下の3つである。

- ①生産工程を確立して、生産者の土壌の質・生産性を高める。
- ②気候変動に対する回復力・適応能力を高めるために、代替システムを考えて検証する。
- ③パートナーシップを結んでくれる協同組合などと共に、組織ぐるみで起業家能力を強化していく。
- ④投資してくださる方のためにも、資金管理を強化する。

現状取り組んでいるのは、主に生産性と品質の確保に向けた活動。例を挙げると、コーヒーの木の更新、人材育成、トレーサビリティの確保、農家の方の収入の確保、アグロエコロジーの実践などがある。アグロエコロジーに関しては、オーガニックな資材を作っていく必要があるため、実証を行う土壌を50カ所設けている。実証実験を行うことで、「どうすれば生産性が上がるか」を生産者の目で見てもらえるというメリットもあるからだ。これ以外にも、予測不可能な気候変動に対して前倒して対策する「早期アラート計画」、豚のミニ農場、穀類、ミツバチの導入といった「作物の多様化」も行っている。「ジオリファレンスのためのアプリ」も開発を進めており、このプロモーターとして61名を育成したり、生産者の67%にジオリファレンスのための設備を設置したりと、デジタルでの取り組みも進めている。

〈能力強化と、プレミアムの使い道〉

組合では人材育成の一環として、性別問わず5,000人以上にトレーニングを行い、品質について学んでいたり、技術支援をしたりしている。

インフラへの投資も積極的に行っているが、これはフェアトレードのプレミアムや政府の支援、組合の資金なしには成り立たない。プレミアムの額は年間85万ドルほどで、オーガニックだと100万ドルほど。プレミアムの資金は生産者の方にお渡しし、生産性向上にあてていただいているが、組合としてその他さまざまなプログラムにも活用している。例を挙げると、子どもたちの教育機会の創出、道路の整備、雨水タンクの設置や、健康・奨学金に関するプログラムなど。こうしたプログラムが成り立っているのも、ひとえにフェアトレード認証を受けているからである。私は、「フェアトレードとは、生き方そのもの」だと考えている。

【質疑応答】

Q1.企業と連携する中で、特に良かったこと、それによるインパクトを教えてください。

→A1.シルヴィア氏：生産性と品質とをしっかりとつなげて取り組めたことが特に良かったと感じる。これによって、フェアトレードに関わってくださるお客さまが「持続可能な



投資をしたい」と思ってくれるのもうれしい。こうした投資は最終的に、小規模生産者の生活・農業活動がサステナブルなものになるという好循環になる。

Q2.この10年で、フェアトレードコーヒーの品質はどのように変わってきているのか知りたい。

→A2.パウロ氏：一般的なコーヒーの品質自体も変わってきているが、フェアトレードコーヒーは特にここ10年で変化してきていると思う。この変化の一因は、小規模生産者が作るフェアトレードコーヒーの開発が、処理過程を含めてかなり進展してきていること。

こうした変化の背景にあるのは、かつてフェアトレードコーヒーが「品質が悪いもの」として消費者からネガティブに捉えられてきたことである。実際、昔の生産者たちは品質が悪いものはフェアトレード用に回し、価格が期待できるものはフェアトレードではない市場で販売していた。今ではそういった意識が変わり、生産者たちも「フェアトレード認証の豆も、品質を確保しないといけない」と考えるようになった。10年前にはゴールデンカップのような品評会も導入されたことで、品質に対する意識はどんどん高まっていった。開始当初は84点ほどのスコアしか出なかったゴールデンカップだが、今では90点超えもザラにある。

Q3.日本の企業（ロースター、メーカー等）や消費者に何を期待しているか教えてください。

→A3.メルリン氏：生産者組織として、日本の市場に求めることは昔から一貫している。それは「『フェアトレードコーヒーは、サステナブルで生産者の成長につながる』

という認識をしっかりと持ってほしい」ということ。私たちの組合では、現在生産しているコーヒーの11%がフェアトレードだが、これを増やせる余地はまだあると考えている。そのためにはやはり、日本をはじめとする消費国に、いっそうフェアトレード認証への理解を深めていただくことが必要不可欠だと思う。

Q4.フェアトレードの製品は全体の3割とのことだが、原因は何か。そして、今後どうしていく予定かを知りたい。
→A4.パウロ氏：やはり、需要がそこまで高くないのが原因だと思う。消費者が買い物をする際、フェアトレード認証のマークに気付いても、購入にまで至らないことが多い。生産者——特に小規模生産者にとって、フェアトレードは非常に大きな価値を持つ。認証取得のために努力もしているし、フェアトレード商品による収入を期待してさまざまなプロジェクトを計画している人もいる。ぜひともこの需要は伸ばしていきたい。

メルリン氏：需要が伸び悩んでいる点については、先ほどの回答の通り「フェアトレードとはどんなもので、いかにサステナブルな取り組みなのか」をしっかりと説明していけば、解決できそうである。フェアトレードは、生産者だけでなく消費者にとっても非常に価値のあるもの。だからこそ、コーヒー業界全体、もっと言うと業界の垣根なく全世界で考え、一緒に取り組んでいけたらうれしい。

2050年問題に見られるような、「気候変動」「貧困」などの影響を直接受けてしまうコーヒー業界。特に気候変動については全世界的で取り組まねばならないため、生産国だけで努力したところで解決は難しい。ゆえに消費国の協力が不可欠ではあるが、その第一歩として「フェアトレードへの理解を深める」ということが非常に大きな意味を持つ。これからもおいしくて質の高いコーヒーを楽しむために、フェアトレード認証への理解と貢献を深めていく重要さが体感できるセミナーであった。

広報委員会
若岡 桃子

【提供された試飲コーヒーの情報】

生産者組合名	San Fernando協同組合	COOPFAM協同組合
産地	メキシコ チアパス	ブラジル 南ミナス
品種	ゲイシャ Geisha	アララ Arara
精製方法	ナチュラル	ナチュラル
標高	1,600m	1,130m
認証	国際フェアトレード認証 JAS有機	国際フェアトレード認証 JAS有機

追加情報：2種ともゴールデンカップのファイナリスト。

10月11日 (金) 13:00~14:30

SCAJ特別セミナー

コーヒー&サイエンス



SCAJ2024の特別セミナーはブラジル・ミナスジェライス州にある国立ラブラス大学のフラビオ・メイラ・ボレン教授(Prof.Flavio Meira Borem)を迎え、「コーヒー&サイエンス」というテーマで行われた。同氏はSCAJ2019にてコーヒー精製とクロロゲン酸の優位性についての講演をされており、今回は5年ぶりの来場で5年間の研究成果を発表することとなった。以下、コーヒーの風味特性に与える影響の大きい4つの項目と、その概要を紹介する。

【土壌科学とスペシャルティコーヒーの品質における最新情報】

ここで言う「土壌科学」とは、土壌の植物に対する影響を扱う栽培土壌学が中心となる。2022年、同氏は土壌分析によって植物の生育に適したテロワールを特定する研究者たちと協働する機会を得た。この協働の結果、土壌、特にそこに含まれる粘土を分類することで、粘土に含まれるミネラル分の種類と量による植物栽培の良否が存在することを証明。これは粘土の成分を分析し、土壌の健康状態と劣化率を測定する方法論であり、ブラジル初の特許として認められた。粘土の分類と標高による分布、その土地で栽培されるコーヒーの品質を示すグラフには、標高に関わらずある種の粘土が分布している土地で栽培されたコーヒーの品質が良いことが表されている。すなわち

ある特定の指数以上の成分を持つ粘土が分布している場合、その土地が標高1,000m以下であっても良好な風味特性を持つコーヒーが生産されるとのこと。

例としてミナスジェライス州南部のマンチケイラ山脈(Serra da Mantiqueira)山麓の農園の粘土の分類と分布が示され、農園内の標高が低いエリアでもある種の粘土が卓越していれば、そこで収穫されるコーヒーの官能検査の評価が高いことが示された。

【発酵工程：ハニープロセスと二重発酵】

続いてコーヒーの風味特性に与える影響の大きい発酵工程について解説があった。ナチュラル精製においてもフルーツ内部では発酵作用が進捗しているが、この作用を促進させる細菌と酵母を連続して与えることを二重発酵という。実験ではラクチブランチパスチル・ブランタルムという「菌」を接種した後、サッカロマイセス・セレビシエという「酵母」を連続して接種するという方法がとられた。この実験の結果、接種後に精製されたコーヒーでは酸味が増し、48時間発酵されたコーヒーでは最大2ポイントの向上が見られた。また、味と香りにおける複雑さが増し、果実の香りと発酵の香りが優勢になった。

果実の状態で発酵させたコーヒーを果肉除去して乾燥させるハニープロセスを施した場合は、発酵時間の違いが

官能変化に最も影響を与えた。24時間、48時間、72時間、96時間と時間を変えた実験では、48時間までの発酵での官能プロファイルはハニー、ブラウンシュガー、アーモンドの風味で表現された。72時間、96時間の発酵ではフルーティーな風味とワインのような特徴が主に表現された。

【乾燥工程 スペシャルティ品質の決定要因】

ボレン教授は「世界中のコーヒー栽培者がスペシャルティコーヒーを生産するにあたり、品種や精選方法に大きく意識を向けているが、一方で最終の乾燥工程に対しての認識はまだ足りていない」と述べた。コーヒーの乾燥工程は大きく5つの段階に分かれるが、その第一段階ではコーヒーが持つ水分をいかに急速に減らし、不要なカビやバクテリアの発生を抑えるかが重要となる。この段階では24時間以内に発酵の低下・停止を目指す、そこにかかる温度はできるだけ低いことが求められる。また、熱による変色、損傷を防ぐために風量を調節し、全体を均質に乾燥させなければいけない。続く第二段階でも、まだコーヒーの成分は活性を失っていない。この段階が長引くと糸状菌が発生し、カビ臭やリオ臭の原因となる。第三段階は乾燥工程で最も重要であり、この段階の成否がコーヒーの風味に大きく影響する。この段階で温度が上昇したり、攪拌や風量が不足したりすると、糸状菌の発生やコーヒーの細胞膜が破壊されてしまうリスクが高まる。第四段階からは微生物のリスクは軽減するが、均一な乾燥が行われていない場合、コーヒー内部の水分分布の偏り次第でコーヒー表面の変色、染みが現れることがある。これを防ぐためには、より長い休息時間が必要だ。最後の五段階目ではより長い休息を与えるとともに、温度管理を厳格にしなければならない。ここまでの行程で十分に水分を減らしたコーヒーは、逆に熱的損傷や脱色などのリスクが高まるからである。

ボレン教授が監修・設計した新しいスペシャルティコーヒーのための乾燥機では、ここまでの五段階でそれぞれ異なる乾燥室を設けることにより、適格に均質に行うことが可能であるという。この乾燥機を用いたコーヒーはアフリカンベッドで乾燥させたコーヒーと同等、あるいはそれ以上という官能評価を受けており、特にバランスとフィニッシュに優れているという。

【より健康的なスペシャルティコーヒーについて】

最後に教授は、ここまで述べた栽培環境と精選工程の結果として得られた良質なコーヒーの成分が人に与える影響について語った。コーヒーに多く含まれるクロロゲン酸は、1日当たりの摂取量が13.5mg~1,200mgの場合、グルコース耐性を改善して体重減少を促進、また高血圧の



抑制にも効果があると言われている。コーヒーのクロロゲン酸はコーヒーの風味の上で酸味に寄与するが、これが多すぎると酸味、渋みが増して風味が低下するというパラドックスが起きる。

また、コーヒーの成分でよく知られているのがカフェインであるが、カフェインも人にとって気分や身体能力の向上、脳機能への刺激、集中力、記憶力の向上などのメリットがある。一方で中毒性、習慣性もあり、過剰摂取が人体に与える影響も大きい。カフェインの1日の推奨摂取量は成人で400mgと言われており、これはドリップコーヒーで約600mlに当たる。また、アラビカ種とロブスタ種(カネフォラ種)ではカフェインの含有量は異なり、ロブスタ種にはアラビカ種のおよそ2倍のカフェインが含まれている。飲料になった時のコーヒーのカフェイン含有量はその焙煎度、抽出温度によっても異なり、一般的なドリップコーヒーでは100mlあたり50~60mg、抽出温度の高いエスプレッソでは100mlあたり100~420mg、抽出時間の長いコールドブリューでは100mlあたり112mgのカフェインが含まれる。ボレン教授は「より健康的に安全にコーヒーを飲用するには、これらのことを理解して楽しんで欲しい」と結んで、今回のセミナーは終了した。

広報委員会 委員長
永田 卓

10月11日(金) 14:00~15:30
チューリッヒ応用科学大学

コーヒー焙煎豆の鮮度に関する研究報告



スペシャルティコーヒーを語る上で重要な要素のひとつである「鮮度」。しかし、鮮度は目に見えにくく、曖昧な部分も多い。本セミナーでは、スイスにあるチューリッヒ応用科学大学よりChahan Yeretzian教授をお招きし、鮮度の定義、測定方法や維持の仕方、さらに実際の焙煎、保管方法などについてお話しいただいた。

【コーヒーエクセレンスセンターの紹介】

コーヒーは非常に複雑な分野なので、組織を大きく3つに分けて運営している。分類は「グリーンコーヒー」「トランスフォーメーション(ロースト、グランド、パッケージング)」「抽出・インスタントコーヒー」だが、別途教育プログラムの担当者なども在籍。コーヒーそのものはもちろん、コーヒーのバリューチェーン全体も研究の対象で、企業とも連携しながら日々調査等を続けている。また、企業とのイノベーションを通じて、持続可能で活力のあるビジネスにつなげられるように努めている。

研究・調査だけでなく、「ポスト・グラデュエート・プログラム」という教育活動も展開。これは15カ月にもおよぶプログラムだが、全てオンラインで受講できる。言語は英語のみで、コーヒーのバリューチェーンに向けたプログラムとなっており、受講対象はコーヒーの専門家の方。

さらに、私たちの取り組みを紹介する場として、2025年

2月5日、6日にスイスのチューリッヒでCoffee Science and Education Summit (CSES)を計画中である。よければお越しいただきたい。

【第1部: コーヒー焙煎豆の鮮度に対する考察】

〈鮮度とは何か〉

私自身は、2015年から4年間、SCAのボードメンバーとして活動していた。その中で、科学者として自問したのが、「一体、スペシャルティコーヒーとは何なのだろう」というもの。そんなスペシャルティコーヒーのムーブメントでは、「スペシャルティコーヒーは、非常に新鮮なものである」ということが常にと言っていいほど話題に上がる。とはいえ、コーヒーの鮮度とはどのように測るものなのか? 何をもって「このコーヒーは新鮮である」と証明できるのか? などと疑問は尽きない。

そもそも私の理解では、スペシャルティコーヒーにおける鮮度のムーブメントはサンフランシスコのAlfred Peet氏から始まったと考えている。「ロースターと消費者の距離を最も短くしたかった」と考えるPeet氏がサンフランシスコで店を開き、新鮮なコーヒーを焙煎・販売したのが原点である。

私たちは、そんな鮮度についてまとめたハンドブックを2018年に出すことなどもしたが、鮮度はいまだにスベ

シャルティコーヒーコミュニティの中で絶えず議論され続けている話題のひとつだ。ハンドブックなどでは、鮮度の定義として「コーヒーの状態が、できるだけ焙煎された直後と同じ形で販売できること」としているが、これは必ずしも絶対的なものとは言えない。というのも、コーヒーのローストプロファイルやブレンドによって、鮮度は変わってくるからである。ここで重要となるのは「数値化ができれば、改善の術が見つかる」ということ。これにはQグレードなども好例として当てはまる。そこで私たちは、コーヒーの鮮度を測る2つの基準を定めた。1つは「アロマ」(アロママーカー)、もうひとつは焙煎中に発生する「CO₂」(フィジカルマーカー)である。

〈アロマについての実験〉

生豆の状態では、いわゆる「コーヒーのアロマ」は全くない。しかし、アロマを生み出す前駆体である「プリカーサー」は存在している。この豆を焙煎することで、香りを発する化合物が生まれるのである。なお例外として、発酵されたコーヒー(ファーマンテッド・コーヒー)もあるが、これは鮮度を語る際には用いない。

鮮度を表す数値を出すには、ジメチルジスルフィド(C₂H₆S₂)という化合物の濃度を、メタンチオール(CH₃SH)の濃度で割る。このメタンチオールは焙煎した後のコーヒーに非常に多く存在する化合物で、焙煎後時間が経つとあっという間になくなってしまふ。一方、ジメチルジスルフィドは焙煎した後のコーヒーには入っていないが、エイジングとともに増加していく化合物である。

そこで、以下の通り数種類の実験を行った。

●実験①ジメチルジスルフィド、メタンチオールの濃度測定

方法: コーヒーを適切にパックして、3週間の間にこの2つの化合物の濃度がどうなるかを測る。

結果: メタンチオールは急激に減少。一方、ジメチルジスルフィドは急増した。

→先述の通り、ジメチルジスルフィドの濃度をメタンチオールの濃度で割ったもの(フレッシュネス・インデックス・レイシオ。以下、レイシオと表記)が鮮度を表す指標となるため、日が経つほどに鮮度が落ちていくと言える。

●実験②保管温度による比較

方法: エチオピア産のコーヒーを同じ焙煎度合いでローストしてパッケージング。その後、22℃と50℃で保管。

結果: 50℃の方が、レイシオが100倍近く上昇(数値6)。



22℃の方は0.01~0.06までしか上がらなかった。
→つまり、エイジングを加速させる要因は高い温度にある。

●実験③酸素濃度による比較

方法: 同じコーヒーを異なる酸素濃度で保管し、レイシオを測定する。Aは最小限の酸素濃度でパッケージング、Bは濃度50%でパッケージング。

結果: 酸素濃度の高いBでエイジングが加速。

→酸素濃度を上げるとエイジングが進む。

●実験④パッケージの材質による比較-その1

方法: 100%アルミ(A)、プラ(B)、プラ&アルミの二重(C)の3種を用意し、レイシオを測定。

結果: レイシオが高い(エイジングが進んだ状態)順にB、C、A。

アルミ100%のAはレイシオ0から始まっているが、B、Cはパッケージングされた時点で酸素に触れてしまっているため、元々のレイシオが少し高い。

実際の売り場などを見ると、コーヒーメーカー各社の商品は、環境への負担を配慮してアルミを使っていないことが多い。代わりにほぼ紙のようなパッケージを使っているケースが多数。そこで、紙を加えたものでも検証した。

●実験⑤パッケージの材質による比較-その2

方法: 厚めのアルミ(A)、薄めのアルミ(B)、紙(C)、プラ(D)を用意して、同様にレイシオを測定。

結果: レイシオが高い順にC、D、ほぼ同率でA、B。

→紙パッケージよりもアルミパッケージの方が、鮮度が保たれることがわかる。

スペシャルティコーヒーロースターの中には、「焙煎後すぐに使うから、紙パッケージで十分」という方もいると思うが、適切にアルミでパッケージングすると、紙どころかプラと比べても明らかに差が出る。

【第2部：焙煎豆の包装・保管】

〈セカンダリーシェルフライフについて〉

続いて、「セカンダリーシェルフライフ」について解説しようと思うが、そもそも「セカンダリーシェルフライフ」とは自宅でのパッケージを開封した後、鮮度を保つための保管方法のことである。

まず、冷蔵庫での保管方法についてだが、これは「温度を下げる」という点においては最良の方法ではある。しかし、1度冷やしたものを冷蔵庫から出してパッケージを開けると、少し蒸気が貯まってしまうため、コーヒーにとって良いとは言えない。

続いて、家庭で想定される保管方法を試す以下の実験を行った。

●実験⑥保管方法によるエイジングの違い

方法：1度開封したパッケージを、クリップ(A)、テープ(B)で留めたもの、密閉性の高いメタル缶に移し替えたもの(C)の3種類用意。加えて、スクリュウキャップの付いたパッケージに入れたままのもの(D)も比較用に用意し、保管する。

結果：エイジングが早く進んだ順にC、B、A、Dとなった。この実験において、メタル缶保管でのエイジングが最も早かった理由には「酸素に触れてしまい、CO₂の保護がなくなってしまうこと」が挙げられる。焙煎直後の豆から出ているCO₂は、パッケージの中に沈んで溜まる。ここではガス抜きが起こっているため、豆はパッケージ内にある限りCO₂の保護を受けられる。だからこそ、パッケージを開けて他の容器に移し替えると、下に溜まるはずのCO₂は失われてしまい、エイジングが進むのである。

よって、保管における最良の方法は**パッケージに入れたままにしておくこと**。その際も、押しつぶして空気を抜くなどせず、できるだけCO₂が残るようにすることが重要だ。

〈焙煎時のCO₂について〉

先述の通り、コーヒーを焙煎するとコーヒー内から多くのCO₂が発生する。そして時間経過とともにCO₂は失われていく、つまり脱ガスが行われるので、冒頭で述べたように「コーヒー内にどれだけのCO₂が残っているか」も鮮度を測る指標となる。

そこで、コーヒー内のCO₂の変化を見るべく、以下の実験を行った。

●実験⑦コーヒー内のCO₂量の変化測定

方法：焙煎したての新鮮なコーヒーをコンテナに18〜20gほど入れて、容器の下の方にCO₂の逃げ道(コーヒーのパッケージに付いているバルブを模したもの)を作り、気圧・温度を一定にして3カ月間、重さの変化を見る

(重量法、グラビティ・メソッドと呼ばれている)。コーヒーのプロファイルについては、ライト、ミディアム、ダークローストで、それぞれを「早め」「中間」「遅め」で焙煎。なお、新鮮なコーヒーの場合重さの2%がCO₂の重さだと言われている。

結果：10日間で、全体的に重さの1%が失われた。また、初期よりも時間が経過してからの方がCO₂の減少量が少ない(脱ガスするCO₂が残っていないため)。焙煎速度に関しては、早い時間で焙煎された方がCO₂の放出量が多い。そして、ダークローストの方がCO₂の放出量が多い。
→**ローストの程度・スピードによって鮮度への影響が変わってくる**。また、コーヒーは3、4カ月ほど脱ガスを続けるが、CO₂がなくなると脱ガスは止まる。

〈コーヒーの形状・品種による違い〉

グラインドされたコーヒーからCO₂を測る方法もあるが、こちらは「重さ」ではなく「圧力」で見える。グラインドされたコーヒーを密閉された容器に入れると、豆のままの状態よりも脱ガスが早く進み(圧力が増す)、たった数日で脱ガスが終わってしまう。グラインドされたコーヒーの方が脱ガスが早い理由については、グラインドすることで豆の穴が全て失われてしまうためである。

この事象は、「焙煎、そしてグラインドした後、どれくらい経ってから(脱ガスが進んでから)パッケージに入れば良いか」という面で応用が利く。というのも、焙煎・グラインド直後にパッケージに入れてしまうと、パッケージが爆発する危険性があるからだ。

ちなみに、アラビカとロブスタでもCO₂の放出度合いは異なり、ロブスタの方が30%ほど多く出る。

〈新鮮なコーヒーとCO₂の関係〉

CO₂が多く出る(鮮度が高い)とクレマがより多く出るという関係性もある。つまりエスプレッソに限って言えばクレマも鮮度を測る指標として使える。

加えて、CO₂が新鮮なコーヒーに与えるものとして「コーヒーをより酸性にする」という効果がある。つまり、焙煎されてから時間が経った(脱ガスが進んだ)コーヒーよりも、焙煎したてのコーヒーの方が多少なりとも酸性が強いと言える。この酸性——すっぱさを抜くためにコーヒーを少し寝かせる、という方法もよくあるが、酸性が弱まると同時に、序盤で話したようにアロマも弱まってしまうというデメリットもある。

〈スペシャルティコーヒーの飲み頃と、「究極の鮮度」〉

スペシャルティコーヒーを扱う場合、少なくとも1週間はコーヒー豆を寝かせてから使うことをおすすめする。これは、先述の酸や味わいの面もあるが、1番の理由としては



「抽出に一貫性を持たせるのが難しいから」である。また、飲み頃としては「焙煎後1週間から2カ月後」のものがベストだと思う。

「コーヒーは寝かせてから使うのがベスト」とは言ったものの、最近ではいわゆる「究極の鮮度」というものも少しずつ追求されるようになってきている。これは、「焙煎後のコーヒー豆をすぐに抽出する」というものだ。この概念は、実は世界大会でも使われた実績がある。WBC2017にスイス代表として出場したAndré Eiermann氏が大会に焙煎機を持ち込み、その場で焙煎してから抽出を行ったのだ。先ほど述べたように、焙煎直後の豆は抽出時に一貫性を保つことが難しいため、結果こそ10位だったものの、これは大会史上初の試みとなった。

この「究極の鮮度」は、今までのスペシャルティコーヒーともまた異なる、新たな分野と言っても過言ではないかもしれない。しかし一方で、スペシャルティコーヒー業界の外に目を向けると誰も興味を持たない、共感しないような分野である可能性がある。というのも、コーヒーを飲んでいる95%の人たちは、焙煎から2カ月以上経った——即ちコーヒーの「ゴールデンエイジ」と呼ばれる状態の豆から成るコマーシャルコーヒーを飲んでいるからだ。そもそも、「浅煎り」「ピュアアラビカ」「酸性が強め」「非常に目立つノーツがある」「豆が焙煎されてから消費者に届くまでの時間が、比較的短い」といった特徴を持つスペシャルティコーヒーに対し、コマーシャルコーヒーには真逆の「深煎り」「ロブスタとアラビカのブレンド」「バランスのとれた味わい」「寝かせた豆を使用」という特徴がある。そのため、スペシャルティコーヒーよりもコマーシャルコーヒーの方が好きだと言う人も少なくはないだろう。

〈自宅での焙煎について〉

自宅で焙煎ができる消費者であれば、先述の「究極の鮮度」とほぼ同等のものを味わうことができるかもしれない。そこで現在、自宅で究極の鮮度を体感できるように、カプセル式のコーヒーマシンを開発中である。このマシンで使う

アルミ製のカプセルにはグラインドされた生豆が入っており、これをマシンの中で焙煎、そしてすぐに抽出を行うことができる予定だ。マシンの名前は「Roast & Brew Green Coffee Capsule」。市場に出るまでにはまだ時間がかかると思うが、究極の鮮度への突破口になるかもしれない一品である。

【質疑応答】

Q1. コーヒーを保存するのに適切な湿度とその影響について知りたい。また、冷凍庫で豆を保管することについてもご意見をうかがいたい。

→A1. まず、湿度が高い状態での保管は望ましくない。だからこそ、プレゼン内にもあったように冷蔵庫での保管が推奨されないのである。1度冷暗所に入れると、そこから取り出す際に空気が凝縮したものがコーヒーに移るからだ。ただ、保管する際の温度は低ければ低いほど良い。ゆえに、非常に高価なコーヒーを使用する場合、私たちは-80℃で保管している。

ちなみに、気温が10%低くなると賞味期限は2倍になる。だから、20℃で保管されたコーヒーよりも0℃で保管されたコーヒーの方がエイジングは4倍遅く進み、おいしく飲める期間も長くなる。ただし、どれだけ低い気温の中で保存してもエイジングが止まることはない。あくまでも「スピードが遅くなる」というだけだ。

Q2. 焙煎後に出るコーヒーのオイルと鮮度の関係性について、研究をしたことがあるのか教えてほしい。

→A2. 研究したことはある。ただ、「オイルが出ている」という状態はそもそもコーヒーが古い証拠なので、「新鮮さ」を語る際には対象外となる。コーヒーをしっかり保管すれば、半年はオイルが出てくることはないからだ。

Q3. ジメチルジスルフィドが増える理由について詳しく知りたい。また、究極の鮮度を達成するために、「CO₂の放出」「アロマの喪失」などのバランスをどうするのが最善か。

→A3. まず、CO₂はクレマ以外に好影響がないため、基本的には逃がしたい。そして脱ガスとアロマの喪失は同時に進行していくので、「脱ガスが早く進むが、アロマは遅く失われていく」のが理想である。もしくはCO₂が多少余分にあっても問題ない方法があればと思っている。

ちなみに、完全に新鮮な状態でコーヒーを飲む際は、エスプレッソよりもドリップコーヒーをおすすめする。要検討事項ではあるが、抽出によって脱ガスを促進できる部分があると考えられるからだ。



Q4.「アロマの量が多いほどおいしい」ということはあるのか？

→A4.アロマの化合物と味の関係については、ゴールデンエイジと関係がある。というのも、スペシャルティコーヒーの中にはあまりにも特定のフレーバーが強すぎて、飲めないようなものもあるからだ。ゆえに、たとえ究極の鮮度を達成できても、人によって飲めるか否か、好みか否かという価値観の違いもあるため、検証してみないとわからない点はある。

ただし、スペシャルティコーヒーのムーブメントではずっと昔から鮮度について議論されてきており、究極の鮮度がゴールであるような側面もある。その一方で、大半の人たちが気に入って日常的に飲み続けているのはエイジングされたコーヒーというのも事実。難しい問題ではある。

Q5.アロマは、空気やCO₂よりも軽いのか？

→A5. CO₂はアロマよりも軽い。CO₂は小さな分子であり、アロマはもっと大きな分子でできているためだ。そしてCO₂が最も脱ガスのスピードが早い。アロマは蒸発や化学反応でも失われる上、化合物ごとに行動が異なる。アロマを構成する化合物は反応性、溶解性などにも違いがあり、「コーヒーのどの部分にあるか」によっても差が出てくるため、CO₂よりもだいぶ複雑である。

Q6.蒸発していくアロマは、上から抜けていくようなイメージがある。ゆえに、究極の鮮度を達成するためにはCO₂が下から抜けていくようにしつつ、アロマも下から抜けるようにすれば良いのでは？

→A6.かなり複雑な話になるが、CO₂はあくまで「豆の中のプレッシャー」なので、穴さえあればどの方向にも抜けていく。そして化合物に関しては、例えばフランのように非常に

揮発性が高いものはすぐに蒸発し、化学反応すら起こさない。一方で、コーヒーの中に留まり続けるものもある。つまり、鮮度のシグナルとなる化合物は失われるが、アロマに関わる化合物にはコーヒー内に残り続けているものも存在するため、抜ける場所を工夫しても解決はしない。

満席どころか、立ち見の方もたくさんいる中行われた本セミナー。その光景だけでも、「スペシャルティコーヒーのムーブメントの中で、鮮度はずっと語られ続けてきた」ことがはっきりと感じられた。

鮮度を測るために「アロマ」と「CO₂」というわかりやすいパロメーターがあることや、鮮度を保つための保管方法、そしてスペシャルティコーヒーとはまた違った分野とも言える「究極の鮮度」への取り組みなどが解説されたことで、今後もスペシャルティコーヒー業界に新たな動きが生まれることが予感できる、ワクワクするセミナーであった。

広報委員会
若岡 桃子

Booth Award

第1位



DKSH MESジャパン株式会社/PROBAT/FAEMA

第2位



HARIO株式会社



BSCA

第3位



ラッキーコーヒーマシン株式会社



ワタル株式会社/株式会社PSI



株式会社堀口珈琲

ウェルカムパーティー

今年も展示会初日である10月9日(水)18時30分より、有明セントラルタワーにてウェルカムパーティーが開催されました。会場には業界内の方が多く集まり、話に花を咲かせていました。

パーティーの最中にはSCAJ会長の加藤 慶人氏、シルバースポンサーである伊藤忠商事(株)の太田 晋二氏、ゴールドスポンサーであるコロンビアコーヒー生産者連合会のサンティアゴ・サボガル氏の3名からそれぞれご挨拶がありましたので、内容を以下の通りご紹介いたします。

SCAJ会長 加藤 慶人氏

お集まりいただいた皆さまには、展示会へのご出展・ご協力と、ウェルカムパーティーへのご参加に感謝を申し上げます。加えて、出展に際し展示品、生産物等、皆さまの情熱の成果を日本市場に広めてくださっていることに、敬意を表します。

SCAJは、今年から21年目に突入しました。コーヒー業界において、この20年の間で最も大きく変化したことのひとつに「スペシャルティコーヒーの認知度が、飛躍的に向上したこと」があります。私自身、1995年から中南米で過ごし、コーヒーに携わってきましたが、年々すさまじく変化していくスペシャルティコーヒーと出会う機会がどんどん増えていきました。こうした変化の裏にあるのは、厳しい自然環境の中にあっても品質の向上に努め、私たちに最高のコーヒーを提供してくださった生産者の皆さまのご尽力です。また、スペシャルティコーヒーの認知度がここまで高まったのも、同様に生産者の皆さまの情熱、そして技術向上への不断の努力があったからこそです。この場を借りて、深く感謝いたします。今後とも業界全体の持続可能な発展のために、生産者の皆さまとSCAJとの関係を次の世代にも継承していけるよう、祈念しています。

そして今、日本のスペシャルティコーヒー業界は若い人を中心に大きな飛躍を遂げています。多様な価値観が認められ、from seed to cupにおけるさまざまな場面において、直接的なコミュニケーションも今まで以上に生まれてきています。SCAJとしてはこれまでもさまざまな価値を認めて育んできましたが、今後もよりいっそう、消費者の皆さまにスペシャルティコーヒーの多様な価値を伝え、コーヒーに携わる全ての人たちの拠り所——プラットフォームとなりたい次第です。そのためにも、ぜひ皆さまのお力添えをよろしくお願いいたします。

シルバースポンサー 伊藤忠商事(株)食料カンパニー 食糧部門 砂糖・コーヒー・乳製品部門 部長 太田 晋二氏

今年の展示会テーマは“Let's go full throttle into a new decade”ということですが、10年先もおいしいスペシャルティコーヒーに関わっていく私たちの活動は変わらないと思います。一方、素晴らしいコーヒー体験を後世にわたって残していくためには、「生産者」「コーヒー産業従事者」「消費者」の3つの視点でそれぞれに必要なことがあると考えています。

まず、「生産者」に必要なのは「安心しておいしいスペシャルティコーヒーを作り続けられる環境」です。生産国は気候変動、人手不足をはじめとする厳しい状況の中にありますが、サプライチェーン全体でこの課題を意識し、必要なサポートを続けていくことが私たちにも求められます。また、「こうした課題を意識する機会が多くの人に提供される」という面において、本展示会は大変重要な意味を持っているのです。

次に、「コーヒー産業従事者」にとって必要であり、重要でもあるのは「存在価値を示し続ける責任」です。スペシャルティコーヒーは世界中でニーズが高まっており、各国特有の文化を紹介し合う側面もあります。だからこそ、この業界で働くことはやりがいと満ちています。一方、やりがいを感じながら働くと同時に、消費者の利便性向上、そして先述の生産者の課題にも向き合い、対応しなければなりません。そのためには、最新のテクノロジー等を学ぶことが必要となってきます。

最後に、「消費者」に必要なとされるのは——そうあってほしいという願いも込めて「より良いコーヒー体験を貪欲に求めること」です。消費者であるコーヒーファンがコーヒーへの興味をいっそう高めることによって、新たな消費者にも熱が伝播し、コーヒー市場全般の好循環につながることを期待されます。

本日も出席の皆さまと共に、素敵な10年後を迎えられることを想像しつつ、私どもも微力ながら貢献できるように努めてまいりたいと思います。

ゴールドスポンサー コロンビアコーヒー生産者 連合会 グリーンコーヒーマネージャー サンティアゴ・サボガル氏

このような素晴らしい展示会に、ゴールドスポンサーの1社として参加できること、そしてこの場にご招待いただきましたことに感謝申し上げます。この展示会で、私たちがスポンサーとして一翼を担い、業界の発展とスペシャルティコーヒー市場に関与・貢献できていることに喜びを感じます。私たちはコロンビアコーヒー生産者連合会として、さまざまな形で努力、貢献し、想像力も発揮して革新を続けてまいりました。そんな私たちが展示会だけでなく、日本のコーヒー業界にとっても一翼を担えるように、これからもコーヒーで消費者や新たな世代を魅了し続けていきたいと考えています。

そして今年もパーティー終盤には、毎年恒例「ブースアワード」の発表もありました。見事1位を獲得したのは、DKSH MESジャパン(株)/PRO BAT/FAEMAのブース。選考理由については、「どのブースも素晴らしい上に個性的で、選出に苦勞した。そんな中でも、今回はインパクトを重視させていただいた」とのことです。

パーティーは約1時間半の開催でしたが、会場は終始和やかなムードに包まれ、場内の至る所で交流を深める様子が見られました。

広報委員会
若岡 桃子



SCAJ会長 加藤 慶人氏



伊藤忠商事(株) 太田 晋二氏



コロンビアコーヒー生産者連合会
サンティアゴ・サボガル氏



Coffee Village

今年も、南展示棟3ホールで特設エリア「Coffee Village」を展開。北は北海道から南は沖縄県まで、さらに海外からの参加も含め、個性的なロースターやショップなどが大集結しました。会期の4日間を通して、コーヒーを愛するたくさんの人たちでにぎわっていた会場の様子を、一部抜粋してご紹介します。



Coffee Villageへのゲートでは、ポップなロゴがお出迎え。



同会場内にある「SCAJ VARIETY SHOP」では、SCAJグッズはもちろん、Coffee Villageオリジナルグッズも販売していました。



入口付近や有名店のブースはもちろん、会場奥のブース、スペースもたくさんの人でにぎわっていました。



和歌山県から来た、手網焙煎のコーヒーショップ。ブース上部の大きな手網は、遠くからでも一ひときわ目を引きます。



豆のみならず、オリジナルグッズを売っているブースも多数。購入したトートバッグなどを会場内で使っている方の姿もありました。



インパクトのある「ヤバイGeisha」の文字に足を止める人も多数。来場者たちはくじ引きを楽しんでいました。



デカフェ・カフェインレスを扱うブースも多数出展。「妊娠中や寝る前でもコーヒーを飲みたい!」というコーヒーラバーの強い味方です。



試飲はもちろん、コーヒー豆の香りを試せるブースもありました。豆の香りからコーヒーを選び、飲んでみるのもまた楽しいものです。



イベントスペースでは、セミナーやトークセッションを開催。コーヒーの第一人者たちによるプレゼンやトークは、来場者に多くの学びや発見を与えていました。



複数店舗による「プロジェクト」で出展するブースも。鮮やかで活気あるブースは目立ち、楽しい雰囲気に満ちていました。



コーヒーメインのブースが多い中、コーヒー以外の商品の姿も。ユニークな飲み物・食べ物も見られ、コーヒー好きたちの興味を引いていました。



ドリッパーをはじめとする、スタイリッシュな器具を販売するブース。コーヒー用品だけでなく、フライパンなども並んでいます。



人気のブースには長蛇の列ができ、人だかりの中に「最後尾」の札が見えることも。並んで飲んだり買ったりしたコーヒーは、いっそう特別なものになります。

Scene of the event



▲展示会看板



▲ゲートから入場する来場者たち



▲会場内の様子



▲イベントステージの様子



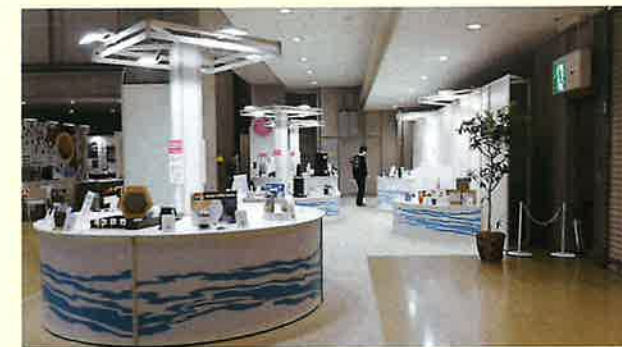
▲10月10日(水)開催 SCAJサステナビリティ委員会主催セミナー「レインフォレスト・アライアンス レインフォレスト・アライアンスの歩みとコーヒー業界における課題と対応」の様子



▲10月11日(金)開催 SCAJサステナビリティ委員会主催ステージイベント「コーヒーと環境負荷(カーボンフットプリントとエシカル)」の様子



▲Brew Bar



▲NEW PRODUCTS AWARD特設展示



Editor's note [編集後記]

広報委員会／乾 智彦

この度、広報委員会の一員として参加させていただくことになりました、乾と申します。スペシャルティコーヒーの理念に共感してコーヒー屋を始めた身としては、スペシャルティコーヒーの普及に関われることをうれしく思います。わかりやすくスペシャルティコーヒーの今を伝えられればと思っております。

さて、皆さまお気づきでしょうか？ 今回のニュースレターの情報量の多さを。前号からニュースレターがweb版のみとなったため、ページ数を気にせず、今まで割愛せざるを得なかった情報までしっかりと載せることができました。各ページで読み応えのある内容になっています。

競技会や生産国セミナーのほか、今回は科学的アプローチによるセミナーも多く見られ、中でも気になったのがサステナビリティに関する情報でした。これからの10年の一歩として、生産国の取り組みはもちろん、私たち消費国の取り組みについても考えさせられる内容でした。